

# ObservatoriO

Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires

Dossier  
Economía y Cultura **1**



**mD**

**CENTRO  
METROPOLITANO  
DE DISEÑO**

Secretaría de Cultura  
Subsecretaría de Gestión e Industrias Culturales

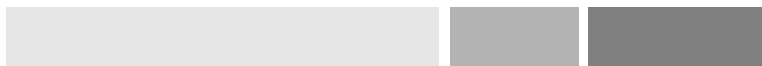
Página web: [www.cmd.org.ar](http://www.cmd.org.ar)

Correo electrónico: [info@cmd.org.ar](mailto:info@cmd.org.ar)

Dirección: Villarino 2498

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

TE: 54 11 4126 2950



# ObservatoriO

---

Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires

Dossier  
Economía y Cultura **1**

**gobBsAs**

SECRETARIA DE CULTURA

# ObservatoriO

Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires

## Experiencias y Análisis

10/ El libro y el cine intercambian experiencias.

Entrevista a Pablo Rovito y Daniel Divinsky

16/ Los medios de comunicación en el centro de la crisis. Glenn Postolski, Ana Santucho y Daniel Rodríguez

20/ Proyecto y desarrollo de productos: El diseño como aporte a las industrias culturales. Adrián Lebendiker

## Cultura en cifras

24/ Cine - Internet - Empleo

## DOSSIER

### Economía y cultura

30/ Las industrias culturales: su significación política, económica y social. OIC

38/ Una reflexión en clave Latinoamericana.

Lluís Agustí i Bonet

44/ Los países latinos en la esfera pública transnacional. Néstor García Canclini

50/ La cultura como capital. Octavio Getino

56/ La densidad de relaciones entre economía y cultura. Germán Rey

62/ Economía e industrias culturales. Ministerio de Cultura de España

66/ La cultura como factor económico

Kathinka Dittrich van Weringh

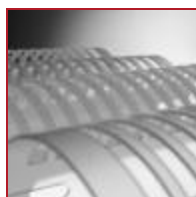
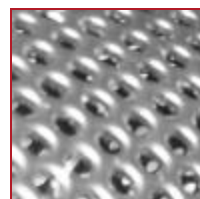
72/ Estadísticas, economía e industrias culturales. Paul Tolila

78/ Impacto de la cultura en la economía chilena.

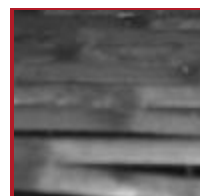
## Documentos

84/ Industrias culturales y desarrollo sustentable.

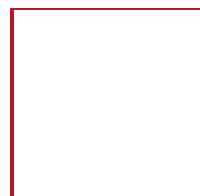
86/ Declaración de Buenos Aires.



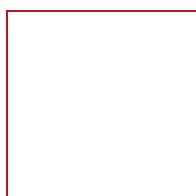
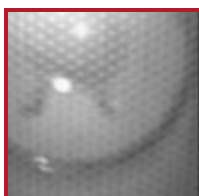
## Experiencias y análisis



## Cultura en Cifras



## DOSSIER Economía y Cultura



**GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES**

Jefe de Gobierno  
**ANIBAL IBARRA**  
 Vice Jefe de Gobierno  
**JORGE TELERMAN**  
 Secretario de Cultura  
**GUSTAVO LOPEZ**  
 Subsecretaria de Gestión e Industrias Culturales  
**STELLA PUENTE**  
 Subsecretaria de Patrimonio Cultural  
**SILVIA FAJRE**



Año 1 - Nº 1 - Octubre 2004

UNA PUBLICACIÓN DEL OIC  
 Secretaría de Cultura  
 Subsecretaría de Gestión e Industrias Culturales

DIRECCIÓN  
**STELLA PUENTE**

COORDINACIÓN EDITORIAL  
**OCTAVIO GETINO**

CONSEJO ASESOR EDITORIAL  
 Martín Becerra (Univ. De Quilmes)  
 Mónica Lacarrieu (UBA Ciencias Antropológicas)  
 Gabriela Massuh (Instituto Goethe)  
 Carlos Moneta (Univ. 3 de Febrero)  
 Pablo Perelman (CEDEM)  
 Luis A. Quevedo (FLACSO)  
 Glenn Postolski (UBA Ciencias Sociales)  
 Hector Shargordosky (UBA Ciencias Económicas)

INVESTIGACIÓN Y DOCUMENTACION  
 Fernando Arias  
 Virginia Feinmann (Producción Periodística)  
 Gabriel Mateu  
 Liliána Perla Moyano  
 Gabriel Rotbaum

ASISTENTE  
 Sandra Colabella

FOTOS  
 Archivo del Centro Metropolitano de Diseño  
 Adrian Kohan/CMD  
 Fotos Entrevista: Esteban Mac Allister

REGISTRO DE PROPIEDAD INTELECTUAL  
 En trámite

Los artículos firmados expresan las opiniones de los autores y no reflejan necesariamente la opinión del OIC, la Subsecretaría de Cultura de Gestión e Industrias Culturales y la Secretaría de Cultura del GCBA. Pueden ser reproducidos total o parcialmente, haciendo mención de su fuente.



Av. de Mayo 575 P.B. 5054-11-43239705  
 www.buenosaires.gov.ar/observatorio  
 e-mail: observatoriocultural@buenosaires.gov.ar

# Editorial

OBSERVATORIO se propone contribuir al análisis y debate sobre el papel que cumplen las industrias culturales (IC) en la economía, la sociedad y el desarrollo sostenible del país, con particular atención a su incidencia en la Ciudad de Buenos Aires. Complementa de algún modo la labor que el Observatorio de Industrias Culturales (OIC) de la Ciudad lleva a cabo a través de instrumentos de información y consulta, como son la página web y el boletín digital del OIC, así como investigaciones y trabajos con los principales agentes del sector privado y público involucrados en el tema.

Con este fin, OBSERVATORIO aparecerá periódicamente con estudios y análisis propios o ajenos, y con experiencias locales e internacionales que ayuden a comprender la situación de las IC y, de manera especial, a mejorar las políticas y la legislación en beneficio tanto del sector como de la comunidad. Para ello intentará reunir con un espíritu amplio y pluralista información objetiva y confiable, así como los aportes más valiosos y significativos de reconocidos investigadores y gestores públicos y privados del campo de la cultura. Se propone también cubrir vacíos existentes en materia de información confiable y análisis científico de las PyMEs vinculadas a la labor cultural, que representan en la Ciudad y en el país entre el 70 y el 80 por ciento de la facturación y el empleo a escala nacional. Sus propias características de relativa disgregación y sus visibles dificultades para competir de manera adecuada, impiden que las mismas cuenten con adecuados instrumentos de información y reflexión crítica -la información suele ser más privativa de las grandes empresas y conglomerados- lo que induce al sector público a cooperar en la medida de sus posibilidades con el propósito de resolver o, por lo menos, atenuar algunas de esas carencias.

OBSERVATORIO destacará en cada una de sus apariciones un tema principal en el que concurrirán aportes diversos tendientes a promover la reflexión y el mejoramiento de las políticas, la legislación y las prácticas sectoriales. En esta primera aparición hemos optado por abordar las relaciones de la economía con la cultura, un espacio de convergencias y de tensiones donde se define buena parte del futuro de las IC en la Ciudad y en el país. Se trata de un tema relativamente nuevo en lo que se refiere a su tratamiento institucional y público -no tiene más de 30 años en el mundo y apenas una década en nuestro país y en América Latina- y su puesta en debate aparece como el primer paso para tener una mayor claridad sobre esta problemática y para inducir a los cambios que se hagan necesarios.

Por ello, incluimos aquí aportes de figuras altamente representativas del estudio de estas relaciones, a partir de las experiencias vividas en nuestra Ciudad y el país, destacando también las experiencias de países hermanos de América Latina y de algunas naciones europeas. Los avances efectuados en este campo en el MERCOSUR y en las naciones que integran el Convenio Andrés Bello, ejemplifican una toma de conciencia regional e internacional, impensable diez años atrás, aunque todavía insuficiente para afrontar los nuevos desafíos impuestos en los años 80 y 90 por los procesos de globalización económica, concentración transnacional, cambios en el control de los mercados y, de manera particular, aceleradas innovaciones tecnológicas.

Confiamos que este número de OBSERVATORIO satisfaga alguna de las expectativas con las cuales el OIC inicia esta labor y convocamos a estudiosos e investigadores, técnicos y empresarios, autores y productores de contenidos, y también a gestores del sector público involucrados en el tema, a participar de este proyecto, cuya principal finalidad es servir al desarrollo integral de las IC, de la cultura y de la comunidad en general.

**Octavio Getino**  
 Coordinación Editorial



## **OBSERVATORIO DE INDUSTRIAS CULTURALES DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES: UNA HERRAMIENTA PARA LA TOMA DE DECISIONES**

Posicionar a Buenos Aires como Capital Cultural de Latinoamérica es el horizonte que nos trazamos y es la idea-meta que articula las políticas culturales que desarrollamos desde esta gestión. Nos proponemos proyectar a la Ciudad como polo de irradiación cultural, como laboratorio para las nuevas tendencias en el arte y el diseño y como exponente de un desarrollo urbano equitativo.

La globalización y la posmodernidad han puesto en crisis el concepto de sociedad, los imaginarios vinculados a lo colectivo y a los derechos de igualdad. En este marco las identidades sociales se encuentran absolutamente fragmentadas. La producción cultural, en cambio, se ha desarrollado y multiplicado como refugio de identidad para enfrentar la crisis.

La cultura es el espacio donde nos encontramos y nos reconocemos, atraviesa nuestros hábitos y nuestras producciones. Por ese motivo, se torna una herramienta fundamental para la transformación personal y social, revirtiendo el proceso de fragmentación para convertirlo en uno de inclusión social.

Las iniciativas de resguardo del patrimonio cultural y de promoción de emprendimientos artísticos y culturales, tienen la doble potencialidad de fortalecer la identidad ciudadana y de proyectar el crecimiento económico de la ciudad.

En ese contexto, una política de fortalecimiento de las industrias culturales abre un espacio clave para el desarrollo económico y social. Esto sin olvidar el rol fundamental que estas tienen en la constitución de aquellos imaginarios e identidades sociales.

Resulta así imprescindible consolidar y estimular la producción de las industrias culturales, optimizando los vínculos entre el sector público y el sector privado para implementar estrategias de desarrollo conjunto y sostenido. Estas industrias son un poderoso generador de empleo que incorpora personal con alto nivel de formación técnica y cultural.

Sin embargo aún no son percibidas en esa dimensión. Uno de los déficit mas importantes para la cabal comprensión de esa incidencia económica y social es la falta de un sistema de información macroeconómica del sector que ayude a la definición de políticas y estrategias para aquel. La constitución del Observatorio pretende aportar a la construcción de soluciones para esa carencia y uno de sus productos es el que aquí presentamos.

Esta información permitirá definir con mayor precisión políticas que ayudarán a considerar a la cultura y a sus industrias como factor de desarrollo económico para nuestra ciudad. Somos conscientes de que la calidad y abundancia de nuestra producción artística y cultural es una de las ventajas competitivas de Buenos Aires, que, en el nuevo escenario post-devaluación, constituye un recurso importante como fuente de obtención de divisas, ya que produce bienes exportables con un alto valor agregado.

En definitiva, el **OIC** pretende aportar conocimiento como insumo para la gestión pública cultural, y, se constituya con el tiempo, en un espacio de información de uso y consulta para el propio sector y los distintos actores sociales vinculados con la cultura.

Dr. Gustavo López  
Secretario de Cultura  
Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires



## CIUDAD, IMAGINARIOS Y MEDICIÓN DE LO INTANGIBLE

Buenos Aires es una ciudad de incesantes movimientos creativos, de innumerables relatos que se construyen y redefinen permanentemente. Es una Ciudad atravesada por un entramado de saberes, memorias, decires e imaginarios que la nombran, la proyectan y le dan sentido a su devenir.

Sin duda la cultura es la materia prima y, al mismo tiempo, la resultante de este continuo fluir de contenidos. Contenidos éstos que transitan por soportes y canales cada vez más específicos, vinculados a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. Contenidos también que, de simbólicos intangibles, pueden devenir en mercantiles simbólicos, sin que ello signifique un sacrilegio.

De hecho, ya no existen dudas acerca de la complejidad del hecho creativo, en especial en lo referente a su circulación y distribución, donde intervienen innumerables actores, sectores y soportes que trasforman su inmediatez.

A ello contribuyó la Revolución Industrial, el desarrollo del capitalismo a escala mundial y la consecuente sociedad de masas, donde cualquier producción artística o cultural encontró el soporte que permitió la multiplicación de su impacto social, a la vez que económico. La obra literaria se instaló en el libro, la musical en el disco, la cinematográfica en la película, donde comienza a revelarse todo un sector productivo que requerirá de políticas específicas de fomento. Lejos quedaron los conceptos de cultura como patrimonio de las bellas artes o como producto de consumo reservado a las élites ilustradas.

Tanto la aparición de las primeras industrias culturales como el desarrollo reciente de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación han tenido, y tienen, una importante incidencia en el desarrollo cultural y en las economías locales y nacionales. Esto último ha puesto en evidencia que, tras la producción y circulación de lo creativo, intervienen un sinnúmero de actores con distintos intereses: miles de pequeños o medianos emprendimientos industriales coexisten, por ejemplo en nuestra Ciudad, con grandes empresas y algunos conglomerados, en una actividad que se complementa con la de muchos otros miles de artistas, técnicos y profesionales, ocupados en actividades y servicios diversos de la cultura porteña.

La Ciudad de Buenos Aires concentra la mayor parte de los bienes y servicios producidos por las industrias del libro, las publicaciones periódicas, la televisión, el disco, el cine y aquellas dedicadas a la fabricación (o importación) de máquinas e insumos, sin los cuales no existe posibilidad alguna de producir, reproducir o emitir contenidos simbólicos o de acceder a los mismos.

Pese a esto, y a la indudable incidencia que semejante labor tiene sobre el espacio urbano, carecemos aún de información confiable sistematizada, tanto de carácter cuantitativo como cualitativo, sobre el impacto de la cultura -y en particular, de las industrias culturales- en la economía, el empleo y el desarrollo social y cultural de nuestra Ciudad. Sí sabemos que esa información es clave ya que expresa un entramado simbólico productivo que interviene en el desarrollo estratégico del futuro de la misma.

Precisamente, a fin de contar con un espacio que atienda y dé cuenta de esta situación, la Secretaría de Cultura ha creado el Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad al servicio del espacio público y de todos aquellos involucrados en la creación, producción y difusión cultural.

Estamos presentando hoy uno de sus productos, la **Revista Observatorio**, que se suma al sitio web y el boletín de noticias. Es un espacio que pretendemos pluralista, abierto a las voces de aquellos que hacen y piensan la cultura, en nuestra Ciudad y en el mundo. Nos enorgullece contar, en el Consejo Editorial Asesor, con reconocidos investigadores y especialistas a quienes agradecemos su enorme generosidad para con esta publicación.

Pretendemos que sus contenidos den cuenta, tanto de los debates existentes alrededor de lo cultural, como de la realidad del sector; en el relato de sus protagonistas, los agentes productivos (creadores, autores, profesionales, trabajadores, empresarios, productores y realizadores) y de quiénes, desde la investigación, nos ofrecen una mirada global de los procesos en cuestión.

No existen dudas acerca de la importancia que el sector cultural tiene en la conformación de los imaginarios locales y en la proyección de Buenos Aires a nivel mundial. En ese sentido, el Observatorio apunta a promover la difusión horizontal de la información y a poner luz sobre ese complejo entramado atravesado por acuerdos, conflictos e intereses. Esa es nuestra gran apuesta.-

Lic. Stella Puente

Subsecretaria de Gestión e Industrias Culturales  
Secretaría de Cultura  
Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires

### De reciente realización

La Facultad de Ciencias Económicas organizó un Encuentro Internacional sobre Economía de la Cultura

Resulta especialmente auspicioso el Encuentro Académico Internacional sobre Economía de la Cultura que se realizó los días 1, 2 y 3 de septiembre, organizado por la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires y el Observatorio Cultural de esa facultad. Estuvieron presentes expertos de reconocida trayectoria como Luis Bonet (Barcelona), Leo Harari (UNESCO), Pedro Querejatzu (Convenio Andrés Bello), Sandra Rapetti (Uruguay) y Octavio Getino (Argentina). Se analizó el estado presente y perspectivas futuras del relativamente nuevo campo -especialmente en nuestra región- de la Economía de la Cultura.

### Observatorios Culturales de América y Europa en Buenos Aires.

Entre los días 9 y 11 de septiembre se ha desarrollado en la ciudad de Buenos Aires, el "II Encuentro Internacional: Diversidad Cultural e Industrias Culturales en la Globalización" organizado por la Secretaría de Cultura del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires. Con tres ejes temáticos: "Diversidad Cultural", "Políticas Culturales locales y regionales" e "Industrias Culturales", el evento contó con la presencia de alcaldes europeos y latinoamericanos, representantes de organizaciones internacionales como la OEI, especialistas y académicos de reconocida trayectoria y autoridades locales.

Entre otros, es de destacar las presencias de: Robert Pilon de la Coalición por la Diversidad de Canadá; Gonzalo Carámbula, secretario de Cultura de la ciudad de Montevideo; Vitor Ortiz, secretario de Cultura de Porto Alegre y creador de la agenda 21 de la Cultura; el filósofo Nicolás Casullo, Néstor García Canclini, de la Universidad Autónoma de la ciudad de México y reconocido especialista en la cuestión cultural; Germán Rey, asesor general del proyecto de Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello; Juan José Campanella, cineasta argentino.

Una de las mesas fue la de "Observatorios de Políticas e Industrias Culturales; experiencias locales y regionales" que contó con importantes presencias internacionales como Xavier Dupuis, economista especialista en temas de la cultura, del Observatorio de Políticas Culturales, de Grenoble, Francia y Hernán Gómez Serrano, Director del Observatorio de Cultura Urbana de Bogotá.

Dicha mesa fue promovida por OIC, en la convicción de la necesidad de nutrirse con las experiencias, en muchos casos, de larga data, de los organismos representados. Las ponencias estarán próximamente a disposición de quién quiera consultarlas en [www.buenosaires.gov.ar/observatorio](http://www.buenosaires.gov.ar/observatorio).

### Seminario de Industrias Culturales en Chile.

El Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile, se encuentra organizando un seminario sobre las "Industrias Culturales" con el fin de detectar los desafíos a los que debe responder aquel país en ese ámbito, como también estudiar las medidas para adecuar su legislación y políticas, a la nueva situación de la Industria Cultural en el mundo. Se llevará a cabo en la ciudad de Santiago de Chile los días 10 y 11 de noviembre.

Para mayor información dirigirse a: [bnegron.cultura@mineduc.cl](mailto:bnegron.cultura@mineduc.cl)

### UNESCO

El organismo podría adoptar la Convención sobre la Diversidad Cultural en la Conferencia General del Otoño del 2005.

El Director General de la UNESCO, Koïchiro Matsuura, ha establecido un programa detallado para el desarrollo de la propuesta de convención sobre la diversidad cultural. De acuerdo al programa, los Estados Miembros de la UNESCO tienen en sus manos un texto preliminar desde el pasado mes de julio, y las negociaciones intergubernamentales acerca de su contenido se llevarían a cabo en esta próxima primavera todo a tiempo para proceder a una votación sobre la adopción de la convención durante la Conferencia General de la organización, en el 2005.

### BRASIL XIII Ciclo de estudios sobre el imaginario

Este ciclo tiene por objetivo abordar la transculturalidad en espacios específicos; entre ellos, el espacio sagrado; el rural y urbano; el espacio del arquitecto y del urbanista, el del diseñador, el del geógrafo; el del espacio de teatro, del cine, de arte, de la escuela, del hospital, entre otros; y el del espacio virtual.

Los temas deberán ser abordados en sus dimensiones arquetípicas, simbólicas y míticas. Tratándose, por lo tanto de asumir posiciones epistemológicas, metodológicas y teóricas inherentes a los estudios sobre el Imaginario.

Se realiza del 25 al 28 de octubre en Recife, Brasil.

Para mayor información ver: [www.ufpe.br/imaginario](http://www.ufpe.br/imaginario)

### Diálogos Berlín-Buenos Aires.

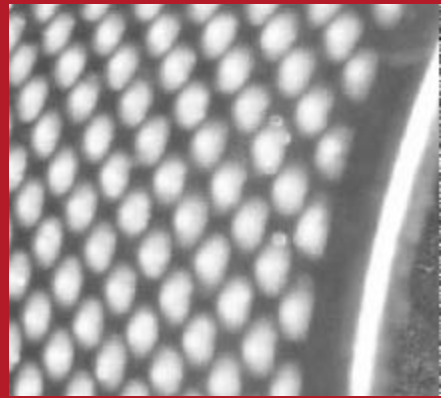
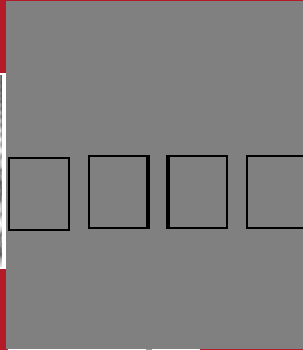
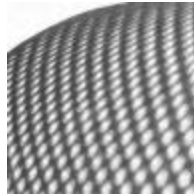
Entre agosto y noviembre de 2004 se desarrollan las Semanas Culturales "Diálogos Berlín - Buenos Aires". Se trata de una serie de eventos culturales que se realizarán paralelamente en ambas ciudades. Serán más de treinta, y estarán vinculados con las artes visuales, la arquitectura y el urbanismo, la literatura, el cine y la música.

Se realizarán en el Centro Cultural General San Martín, el Centro Cultural Recoleta, el Museo Nacional de Bellas Artes y otros 20 museos más, públicos y privados.

Para mayor información ver [www.buenosaires-berlin.com](http://www.buenosaires-berlin.com)



# Experiencias y Análisis



# El libro y el cine intercambian experiencias

Por Virginia Feinmann

"La competencia es muy desleal. La película norteamericana viene amortizada por el tamaño de su mercado interno, ingresa al país sin pagar ningún tipo de arancel y se vende al mismo precio que nuestros productos. Si la TV puede comprar el producto norteamericano a un precio bajísimo, ¿por qué me va a pagar a mí por una película independiente argentina? Como máximo me la canjean por unos segundos de publicidad."  
(Pablo Rovito, productor cinematográfico)

Convocados por el Observatorio de Industrias Culturales (OIC) del gobierno porteño, dos protagonistas de la producción cultural en la Argentina dialogaron sobre sus experiencias concretas. Daniel Divinsky, de Ediciones de la Flor, y Pablo Rovito, productor cinematográfico, intercambiaron apreciaciones y anécdotas con el equipo del OIC. La problemática de sus respectivos sectores, las posibilidades futuras, el rol del Estado y la necesidad de contar con información económica confiable fueron algunos de los temas más destacados.

La idea de este encuentro es comenzar a reunir gente de distintas áreas para que puedan escucharse los unos a los otros, y descubrir puntos de coincidencia y de disidencia.

**A manera de introducción, ¿cómo ven la situación actual de sus respectivos sectores?**

**-Daniel Divinsky:** El sector editorial está confesamente mucho mejor que hace cuatro años, aunque todavía no logró volver a los niveles de hace seis años, a pesar de que en la época del "peso falso" los libros argentinos eran carísimos.

Ahora los insumos están totalmente dolarizados. Nos venden el papel a precio internacional o lo exportan. Vale un dólar o un dólar y medio por kilo y no hay otra alternativa. Ese fue un cambio desfavorable. Pero en los demás factores hay una mejoría: bajó el costo de la mano de obra, los servicios todavía se mantienen a los precios pre-devaluación. Esto permitió que los libros argentinos se abarataran de una forma espectacular en términos internacionales, y se están recuperando mercados que habíamos perdido.

**Pablo Rovito:** El sector del cine es complejo. A la problemática de la producción se le suma la de la distribución, exhibición y



comercialización.

Un problema grave es el espacio: las pantallas de cine y de TV están francamente invadidas por una competencia muy desleal.

El cine tiene un costo de producción muy alto y una recuperación muy baja por unidad de compra (es decir, por cada persona que paga una entrada o ve un programa de televisión). Para que la ecuación cierre, se necesita un gran volumen de mercado. Por eso funciona en países como EEUU, China o la India (si bien cada uno tiene modelos muy distintos, pero todos son efectivos).

En la Argentina hay un volumen pequeño de habitantes. Además, el consumo está restringido por la desaparición de las clases medias y la concentración de las clases altas. Hay una tasa de repetición muy baja. España, por ejemplo, tiene una cantidad de

habitantes similar a la nuestra, pero el promedio de concurrencia al cine es de cuatro veces al año por persona. Acá es de una vez al año.

Entonces, el producto extranjero viene amortizado desde su lugar de origen, ingresa sin pagar ningún tipo de arancel y se vende al mismo precio que el nuestro. Y si la TV puede comprar una película norteamericana a un precio bajísimo, ¿por qué me va a pagar a mí por una película independiente argentina? Como máximo me la canjean por unos segundos de publicidad.

**-Daniel, nos comentabas posibilidades de exportación en el escenario post-devaluación...**

**-DD:** Sí, a toda Latinoamérica e incluso España. Los libros españoles están carísimos porque el Euro está sobrevaluado. Entonces hay un espacio, el del libro de "capricho", el libro que se elige -en contraposición al libro imprescindible porque es texto de consulta o de un autor ineludible- que quedó vacante. Y lo fuimos ocupando una cantidad de editoriales chicas y medianas que nos fortalecimos a partir de esto.

Hay ventajas y desventajas en la globalización. El mercado es único, porque la información sobre tarifas y precios es inmediata. Entonces, gran parte del trabajo que antes se hacía afuera, ahora se hace aquí. Las traducciones, por ejemplo, son menos costosas en Argentina que en el resto de Latinoamérica. El Fondo de Cultura Económica, que imprimía y traducía todo en Méjico, ahora lo está haciendo en la Argentina.

La desventaja es que las imprentas prefieren trabajar para afuera, porque cobran en divisas o más caro que en el mercado local. ¡Entonces nos dan turno para el 2010! Ediciones de la Flor sacó el Martín Fierro ilustrado por Fontanarrosa, que se agotó insólitamente, porque nunca pensamos que se agotaría tan rápido. Y para reeditarlo tenemos turno dentro de dos meses. Entonces ahí hay un cuello de botella.

**-¿Y cómo continúa la problemática de la cadena de producción en el cine?**

**-PR:** Bueno, luego tenemos muy concentrada la actividad. El 60% de los espectadores del país se concentra en doce complejos de salas, y la competencia en esos lugares es feroz, porque es un espacio que también está mediatizado por los nuevos hábitos de consumo. Cualquiera que tenga un poco más de treinta años se acuerda de la época en que abría el diario y elegía qué película iba a ver y a qué cine iba. Eso desapareció.

Cada vez más la elección está en el punto de venta, que son los shoppings en donde se concentran las salas. Y allí hay un nivel de polución de marketing muy difícil de sostener para el empresario, que además tiene que recuperar la inversión local.

Hay una cantidad de cuestiones que empiezan a mediatizar la

elección del consumo del producto. Además, no todo llega a la góndola ni llega en las mismas condiciones, por lo que la libertad de elección personal es bastante cuestionable.

**-¿Cómo está compuesta hoy esta "góndola"?**

**-PR:** Está relativamente llena, pero aparecen estas dificultades. Cuando uno le pregunta a la gente, se encuentra con que la mayoría va siempre al mismo complejo. Generalmente a los de muchas salas, como por ejemplo el Village (16 salas) o el Cinemax, etc. Pero además, ya ni siquiera van con horario. Dicen "nos encontramos en tal complejo". Entonces entran en ese corralito, donde no solamente tienen toda la información ambiental de lo que se está dando, sino que la multiplicación de copias de una misma película les permite alternar horarios. Hay películas que empiezan cada media hora y hay otras que empiezan cada cinco, entonces las posibilidades de elegir son menores. Si uno llega a las 21, y hay una película que empieza 21.15, 21.30, 21.45... y la que uno quiere ver está a las 23.30, por ahí uno dice "bueno, la otra la veo otro día" y ve la que le queda más cómoda. Y como no existe la selección previa sino que se elige en el lugar, cada vez se mediatiza más el consumo. ¡Y todavía no te hablé de los problemas de la producción! (risas)...

**...Ahora llegamos. Daniel, en cuanto a los nuevos mercados externos, ¿el reflejo al interior del sector es para las grandes editoriales únicamente?**

**-DD:** No, porque las grandes en general producen en su centro de producción. Autorizan impresiones locales para libros que pueden resultar de interés, pero no ocurre, por ejemplo, que Planeta imprima acá el libro que sacó en España para mandarlo a Latinoamérica. Salvo el caso puntual de Harry Potter, que sí lo hicieron acá para toda Latinoamérica, con papel más barato y trabajo más barato.

**-Y ocasionaron demoras para todas las demás editoriales...**

**-DD:** Exactamente, eso y los textos escolares de países latinoamericanos que se imprimen acá ocupan lugar en las entregas y siempre te dejan para el final. Pero al interior del sector, se han dado beneficios para todos. Nosotros exportamos Mafalda desde los 70', tenemos una larga historia como exportadores, disminuida en la época del "1 a 1", pero ahora recuperada. Y somos una editorial mediana. Te doy otros ejemplos: "Homo Sapiens", de Rosario, se especializa en libros educativos y ensayos de muy buen nivel, es mediana, y están exportando como nunca, y participan en licitaciones para libros de formación docente en toda Latinoamérica, con fondos del BID o del Banco Mundial. Editoriales chicas, como "El Eclipse", de libros infantiles, que

"El sector editorial está confesamente mucho mejor: bajó el costo de la mano de obra, los servicios todavía se mantienen a los precios pre-devaluación. Esto permitió que los libros argentinos se abarataran de una forma espectacular en términos internacionales, y se están recuperando mercados que habíamos perdido".  
(Daniel Divinsky, productor editorial)

también entró en licitaciones con fondos del Banco Mundial. Esto nunca podría haber pasado antes. ¿Cómo se fomenta? Favoreciendo la presencia en las ferias internacionales. Son una gran vidriera. Pero mandar veinte títulos cuesta U\$S300, y además tenemos que pagar el stand, el pasaje al tipo trilingüe que va a atenderlo y el alojamiento. Hasta 1983, eso lo financiaba la Cancillería. Incluso durante la dictadura, pagaban todo y el envío de libros se hacía por valija diplomática. Cuando Mario Sábato se hizo cargo de Relaciones Culturales dijo "¡Eh! ¿por qué tanto?! Hay que apoyar al cine, que es una industria cultural, que la Patria...", etc... Entonces todo el apoyo pasó al cine (risas). Dicen, dicen... A mí no me consta, pero parece que se lo sacaron al libro.

-¿Cuál es la situación de tu empresa, Ediciones de la Flor, en particular?

-DD: Contando los dueños y la señora que sirve el café somos catorce personas. No es una empresa muy grande. Durante la crisis no despedimos a nadie. Nos la bancamos, porque el empleado más nuevo está hace diez años. En 2001 hicimos siete novedades, en 2002 hicimos 18, en 2003 más de 20 y este año vamos a hacer 30. Pero lo más importante son las reediciones. Las novedades siempre son apuestas al futuro, pero las editoriales viven de las reediciones. Por eso en 2001 no tuvimos que prescindir de nadie, ni achicar sueldos ni horarios. Porque vivimos de las reediciones. No sacar novedades fue la mejor estrategia.

-¿Y tu empresa, Pablo?

-PR: Existe una gran concentración en pocas grandes empresas y mucha dispersión en películas muy chicas. Está desapareciendo la franja media del cine como sistema de producción, lo cual es grave

para mí. Pertenezco a la clase media y estoy en franca extinción. Lo que veo con optimismo, es que en este momento hay, como nunca, un importante apoyo del Estado en cuanto a regular el mercado e intentar entender el fenómeno productivo y acompañarlo. Hace 17 años que hago cine y política en cine, y es la primera vez que veo un entendimiento del tema en este sentido. ¡Y los que me conocen saben que no soy de hablar bien del que está! En general, me he matado con todos los funcionarios. O sea que digo esto ahora porque realmente es así.

-¿Cuáles son los problemas en la fase de producción?

Hay tres tipos de modelos productivos en el ámbito local. El primero es el de las grandes empresas que pueden sostener un apoyo multimedial y que, de alguna manera, acercan su marketing al de las empresas extranjeras y compiten de forma menos desleal.

Después está el que permite el Estado en la Argentina, cuando regula e intenta compensar los desniveles del mercado por medio de subsidios directos o indirectos a la actividad. Aquí hay una especie de subsidio fijo, que garantiza un piso aunque no vayan espectadores a las salas. Entonces apareció un modelo de producción donde la película se hace contra ese subsidio fijo y aportes asociativos. Si funciona se cobra, y si no, no. Esto generó un cine que en otros lugares no existe, una forma de narración menos atada a las necesidades del mercado: lo que se llamó "cine independiente" Yo me rehusé a llamarlo así, porque no tiene nada que ver con la independencia sino con modelos productivos. Trabajar sin medios no es independencia, es una forma de subsistir en la necesidad.

### -¿Y el tercero?

El tercero viene de la mano de varias cosas. En la Argentina, en los últimos años, se generó un caldo de cultivo en el ámbito del cine que casi no existe en el mundo. Hay más de 12 mil estudiantes de cine. Si mal no recuerdo, en 1996 las estadísticas superaban, por ejemplo, a

todos los estudiantes de la Unión Europea juntos, o a todos los estudiantes de EE.UU., Inglaterra y Australia juntos.

También están los avances tecnológicos, que permitieron un abaratamiento muy fuerte de costos en el proceso productivo inicial, en la filmación. Trabajar con sistemas digitales y luego trasladarlos a 35 mm. con buena calidad, hizo posible lograr una película terminada con una inversión inicial mucho más baja.

Se da también la aparición de un espacio como el Festival de Cine Independiente del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, donde los chicos pudieron fortalecerse para empezar a hacer sus películas.

Este conjunto hizo surgir una gran cantidad de productos nuevos. Y algunos de ellos empezaron a ser reconocidos por premios internacionales, porque la película funcionaba, etc., y a conseguir financiación adicional.

Este es el tercer modelo de producción. No es el blockbuster local ni la película de bajísimo presupuesto, sino la película de presupuesto medio. Antes se trataba de una película de inversión, de artesano, que desapareció porque ya no se puede hacer esa inversión contra-mercado. Pero, por ejemplo, "El bonaerense", "El abrazo partido", "La niña santa", son películas con la misma calidad de producción que aquellas, pero se financian de manera muy distinta. Parten de un mercado local muy deprimido, y consiguen financiación internacional a caballo de directores que lograron reconocimiento.

**-Una cuestión puntual: vemos un desfasaje entre la cantidad de estrenos nacionales y la cantidad de espectadores. El 50% de los estrenos son de origen norteamericano, con un 80% de espectadores. Y un 20% son títulos argentinos, con una cantidad**



**de espectadores que viene disminuyendo y actualmente está en menos del 10%...**

**-PR:** Es cierto, la ecuación se cayó a partir de 2001 por efecto del sistema perverso de rotación en las salas, donde tu salida depende de lo que está por entrar y de lo que quiere el exhibidor, y no importa como

te vaya.. te sacan. Eso se acaba de modificar con las "medias de continuidad". Cuando éstas tengan su efecto, en siete u ocho meses, habrá que ver cuánto de esa tendencia se revierte. Porque en general el cine argentino ha tenido un porcentaje favorable en cuanto a la cantidad de estrenos y la cantidad de público.

**-DD:** Te hago una pregunta, porque creo que deriva de esto. En 2002-2003 el libro volvió a ser exportable, y esto determinó cambios en la línea editorial: se editaron autores extranjeros porque era más factible que tuvieran mercado en el exterior, etc. ¿En el cine también hubo influencia en las temáticas, quizás más orientadas a cierto tercermundismo, para hacerlas más vendibles afuera?

**-PR:** Podríamos decir que sí, es un análisis. Con esta modalidad que te comentaba, el cine argentino se instala afuera de dos maneras: por una fuerte demanda del público o a partir de los festivales internacionales. Por eso hay películas como "El hijo de la novia", o "Nueve reinas", que funcionaron muy bien contra-mercado en el exterior porque cuentan lo local desde un formato masivo, más clásico. Pero también hubo un sector que "pintando la aldea" desde un modo más propio, generó una moda del cine argentino. No es necesariamente un sector "aborigen", pero sí tiene que ver en gran parte con un reflejo de la realidad reciente, social etc. Estas películas tuvieron mucho ruido por el efecto mediático que generan los festivales, más que por cuánto se vendieron o no.

"En este momento hay, como nunca, un importante apoyo del Estado en cuanto a regular el mercado, intentar entender el fenómeno productivo y acompañarlo. Hace 17 años que hago cine y política en cine, y es la primera vez que veo un entendimiento del tema en este sentido. ¡Y los que me conocen saben que no soy de hablar bien del que está! En general, me he matado con todos los funcionarios. O sea que digo esto ahora porque realmente es así".  
(Pablo Rovito, productor cinematográfico)

-Además el año 2001 instaló a la Argentina como tema de debate en el mundo, le dio visibilidad, interés, vinieron muchos documentalistas al país...

-PR: ¡Y acá nacieron varios también!

-¿Qué panorama contemplan en el futuro?

-PR: Hay cosas buenas y otras complicadas. Es bueno que desde el Estado se esté asumiendo a la industria cultural como industria. Es bueno este tercer modelo de producción que comentaba. Es muy interesante la aparición de nuevos productores, directores, técnicos. También me parece importante que el cine argentino sea moda en el mundo. Que por primera vez haya esfuerzos de trabajo conjunto en la gente del cine, ya sea desde ámbitos más sectoriales como pueden ser las agrupaciones, o ámbitos más transversales como la academia que se formó hace poquito, o el ámbito de cooperación mutua y pequeña entre empresas y entre distintos sectores. Eso lo veo bien... Y el incremento de la cantidad de público en las salas.

Veo mal la concentración en las bocas de consumo. La absoluta inexistencia de la pata audiovisual (TV y videocable) en la Argentina. La TV y el cable no te pagan nada y es donde más se ven las películas. Y no pagan porque no hay regulación. Entonces el producto extranjero barato mata a la industria nacional. Ese es un grave problema a futuro y habría que atacarlo muy rápidamente.

-DD: Las perspectivas a futuro para el sector son buenas. Sería muy auspicioso que pudiéramos conseguir créditos blandos, para no estar sometidos -como ahora- al pago del papel al contado y a





veces por anticipado. Eso nos permitiría hacer tiradas mayores y vender los libros a precios más bajos.

Otro tema interesante sería otorgar premios de fomento a autores noveles argentinos, que implicaran la publicación de la obra y su compra por parte de las bibliotecas de la Ciudad, para que éstas implementen además la promoción de esos libros.

-Para finalizar, ¿qué tipo de información les resultaría útil e interesante obtener del OIC?

-DD: En nuestro caso sería fundamental poder contar con información acerca de la demanda de papel de las distintas empresas del sector. Porque podríamos unificarla y crear uniones de empresas medianas y chicas para importar en conjunto. La producción nacional de papel no alcanza. No hay información, cada editorial utiliza criterios distintos -yo uso una medida, otro usa otra medida, otro usa la otra, otro usa otro gramaje - con un costo mucho más alto que si armáramos un volumen para la importación conjunta.

-PR: Todo lo que puedan medir nos sirve. A diferencia de cierta percepción del cine como teórica o socialmente complejo, el nivel de investigación y de estudio de mercado es prácticamente nulo en la Argentina. Hay dos o tres personas que



levantan cifras porque se las venden a distribuidores y exhibidores para que sepan cómo se mueve el mercado. Hubo también un análisis de SICA (Sindicato de la Industria Cinematográfica Argentina) que brindó algunas informaciones específicas, pero lo cierto es que el desconocimiento de las cifras es brutal.

Desde la Federación de Productores nos hemos encontrado con que hay información que directamente no existe. Y en gran parte es porque hay un alto nivel de evasión. Aunque esto se da más al interior del país que en los grandes complejos de la Ciudad de Bs. As.... Pero lo cierto es que casi no hay información confiable y clara. Y si se está asumiendo a la industria cultural como industria, el valor económico estadístico es fundamental. " ■



## BREVE

"La mundialización es antes que nada la instalación mundial del sistema técnico de producción tanto de símbolos como de bienes materiales. Desde Occidente y hasta el Extremo Oriente se está produciendo una enorme mutación, donde los poderes de producción simbólica, que antes eran religiosos, políticos, artísticos y culturales, ahora están siendo sometidos e integrados al aparato y a los criterios comerciales e industriales: el sistema técnico absorbió completamente al sistema mnemotécnico."

*Bernard Stiegler*

*Entrevista en la Revista ArtPress N° 276, París, febrero de 2002, citado en "Adorno, Benjamín, el arte y las industrias culturales" de Jorge Michell.*

## Los medios de comunicación en el centro de la crisis<sup>1</sup>

Glenn Postolski, Ana Santucho y Daniel Rodríguez<sup>2</sup>

Desde los años '90 hasta la actualidad, el sector local de las comunicaciones está siendo transformado en forma inusitada en el marco de los procesos de concentración y transnacionalización. Luego del recorrido desde la conformación de los primeros multimédios hasta los actuales grupos económicos se presenta un análisis de las distintas estrategias de desarrollo en el escenario actual.

En el marco de un modo de acumulación caracterizado por el predominio de la valorización financiera y por las reformas estructurales neoliberales de la década de los '90 -con sus regresivas consecuencias sociales-, la etapa reciente de la concentración se da dentro de una prolongada y persistente recesión de la actividad económica, a la que se suma luego una fuerte devaluación de la moneda.

La privatización de los canales de aire, que permitió la constitución de los grupos multimedia en Argentina, estuvo encabezada por capital nacional proveniente principalmente del sector gráfico. Este cruce entre el sector periodístico gráfico y el audiovisual fue el puntapié inicial para la formación de grandes conglomerados de medios.

Durante la primera etapa se produjo el posicionamiento del capital nacional, destacándose dos grupos principales: Clarín y Telefe, y otros grupos menores, como los pertenecientes a Eduardo Eurnekián (América), Alejandro Romay (Libertad) y Héctor Ricardo García (Crónica). A mediados de los '90 se radicalizó el proceso de concentración e internacionalización del capital en el área de la comunicación con la entrada de grandes operadores internacionales. La irrupción del Citicorp Equity Investment (CEI) en la arena mediática y la constitución como grupo económico de las empresas controladas por Clarín, deparó, a fines de la década, un duopolio privado de medios con gran capacidad de emisión. El CEI fue uno de los casos para-

digmáticos, ya que durante un lapso de dos años adquirió una cantidad de firmas que le permitieron constituirse en el principal operador de medios, amparado en las relaciones con el poder local y la capacidad para acceder a importantes fuentes de financiamiento. La llamada sinergia positiva, producto de la conformación de los multimédios, le permitió a los holdings abordar economías de escala, lo que ubicó al sector de las comunicaciones como uno de los más dinámicos de la década. Luego del inédito proceso de acumulación, la tendencia hacia el achicamiento y el ajuste en el sector comenzó a darse a fines del año 1998, si bien los efectos empezaron a sentirse con mayor profundidad durante el transcurso del año 2000. Las diferentes crisis que llevaron a la disolución del grupo CEI, la necesidad de Clarín por encontrar un socio financiero para comenzar a reducir su deuda, fueron los indicios del resquebrajamiento del duopolio.

### El avance del capital extranjero

Durante el período 1999/2002, la presencia de empresas y conglomerados de capital extranjero continuó incrementándose, tanto por el avance de aquellos que ya se encontraban radicados en el país (Telefónica, HMT&F, Cisneros), como por el ingreso de nuevos capitales (AT&T, Liberty Media, UGC, CIE, Recoletos, Prisa, Pearson's).

En los dos grupos económicos de comunicación con mayor presencia en el ámbito local (Clarín y Telefónica) se observa la presencia de capital extranjero, la cual adquiere distintas modalidades. Por otra parte, ambos hol-

<sup>1</sup> Publicado originalmente en "Observatorio de Medios de UTPBA", diciembre de 2003.

<sup>2</sup> Integrantes del Observatorio de Medios de la UTPBA



dings mantienen relaciones comerciales con otros grupos del sector, con quienes comparten la propiedad de distintas empresas, produciendo un complejo entramado de relaciones. Dentro de otros grupos económicos de menor peso relativo en el ámbito local, también se verifica una importante presencia de capitales de origen extranjero.

Considerando los sectores de actividad en los que se encuentra la presencia de capital extranjero, se puede observar una mayor presencia de capitales de origen norteamericano en la rama televisiva (abierta, por cable o satelital) y de producción de contenidos. Por su parte, los capitales de origen europeo tienen mayoritariamente una presencia relativa en los sectores más tradicionales (TV abierta, gráfica).

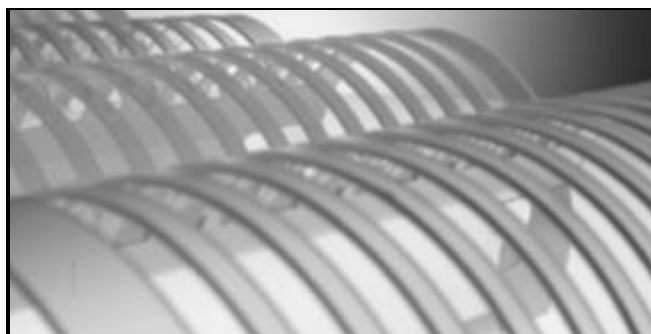
#### Tipología de los grupos de la comunicación

Los grupos dominantes del sector, Clarín y Telefónica, se destacan tanto por la cantidad de medios que poseen como por la diversidad de sectores que abarcan. Por otra parte, a su fuerte presencia en medios de alcance nacional, se suma un avance sobre medios regionales. En una segunda instancia, se encuentran dos "grupos medianos", los cuales reúnen características que los destacan del resto, aunque sin llegar a las dimensiones de los grandes grupos, éstos son: TyC-Avila y Uno-Vila. Una tercera categoría la constituyen grupos con menor peso en cuanto a propiedad de medios, en su mayor parte de capital de origen extranjero, de ingreso relativamente reciente al país. Entre estos grupos encontramos a HMT&F, Liberty Media, Cisneros. Es importante señalar que además existe un conjunto de empresas con un desarrollo limitado en relación a la cantidad y diversificación de medios que poseen, cuya presencia es considerable en el ámbito de las comunicaciones, como por ejemplo: La Nación o Editorial Perfil. También se puede mencionar la presencia del sistema de medios públicos.

En este escenario se destacan los "cambios de manos" producidos en el sector televisión: Azul TV (Canal 9) fue adquirido por Daniel Hadad y América TV por la asociación entre Avila y Vila. Esta dinámica se acentúa con el regreso de Raúl Moneta, su sociedad con Hadad en Canal 9 e Infobae y la conformación de nuevas alianzas en constante redefinición. La depresión económica que se evidenció en 1998 y se profundizó a partir de la ruptura del modelo de la convertibilidad, parece encontrar a las empresas del sector frente a la imposibilidad de asumir sus deudas financieras. Esta situación proyecta la posibilidad de una desnacionalización masiva del sector. Ante esto, los agentes locales demandan la intervención del Estado para impedir su ocaso. Esta posición se opone diametralmente a la sostenida durante los '90, cuando dicha intervención era criticada y cuestionada. Un ejemplo paradigmático de esta situación es el Grupo Clarín.

#### Un deudor dominante

Clarín pasó de ser una empresa monomedia en la década de los '80 a constituirse en el grupo de capital nacional de mayor influencia en la agenda pública, dominante en el mapa de medios de Argentina.



En los '90 asumió una estrategia de diversificación multimedia que le permitió expandirse a diferentes segmentos de la industria cultural, ingresando también en áreas conexas como las telecomunicaciones. Así, se convirtió en uno de los jugadores mejor posicionados en el negocio de la convergencia. Esta expansión tuvo una debilidad de origen: la lógica de inversión especulativa lo llevó a un profundo endeudamiento. Su estrecha vinculación al devenir económico del mercado interno, lo terminó exponiendo a los vaivenes de la economía local, al sustentar su expansión en un pasivo tan importante como sus activos.

La constitución de Clarín como grupo se inició en 1995, cuando tomó la decisión estratégica de competir con los grandes operadores internacionales que entraban al sector. Para entrar en la liza debió conseguir financiamiento que le permitiera el desarrollo de la empresa y acercarse a los costos de capital con los que contaban sus competidores en sus países de origen (los grupos internacionales como Telefónica, Liberty, Hicks, tienen llegada a fondos de financiación a costos inferiores vinculados a sus mercados de origen). Así, se gestionaron préstamos sindicados para colocar Obligaciones Negociables (ONs) en los mercados financieros internacionales. En marzo de 1999, cuando el mercado comenzó a dar los primeros síntomas de la crisis, se sumó el banco de inversión Goldman Sachs, al adquirir una parte minoritaria del paquete accionario del Grupo Clarín. La estrategia del grupo se centró en la dominación tanto del sector contenidos como también, en todos los segmentos de distribución.

Las expectativas de crecimiento ininterrumpido del grupo fueron revirtiéndose a partir del estancamiento de la economía argentina, la crisis financiera internacional, la explosión de la

burbuja de las empresas de internet y el desdibujamiento de los negocios a futuro de la convergencia. Apareció así la fragilidad económica del grupo, que se radicalizó a partir de la devaluación del peso.

Durante los últimos años, el diario Clarín vio reducida su venta y sus ingresos por publicidad. Parte del retroceso se financió a través de la mejora en los márgenes de circulación. También se buscó la captación de nuevos segmentos del público con la edición de los suplementos zonales que asestó un duro golpe para los medios locales, que no pueden competir con un gigante mediático como Clarín, con el condicionamiento político y la pérdida de pluralidad informativa que éste genera. Mientras la pérdida de credibilidad y la acusación a Clarín de favorecer la pesificación para licuar sus deudas son parte del lastre de la nueva etapa, el holding debió tomar algunas decisiones urgentes para no ahondar la situación deficitaria.

La estrategia del Grupo se basa en las negociaciones que debe emprender en dos planos. Por un lado, presionar a los políticos que gestionan el Estado para acordar su condición de supervivencia, y por otro, los acuerdos que pueda lograr con los tenedores de deuda.

La fórmula devaluación, pesificación y seguro de cambio, hubiese sido la que le permitiría a Clarín sanear su endeble situación económica. Mientras esto no se plasme, presiona para que el Estado genere alguna medida de mecanismo de repago blando de la deuda emitida en moneda extranjera.


### La conquista

El poderoso CEI, que llegó a dominar la escena mediática a fines de los '90, desapareció y modificó su propiedad producto de distintas circunstancias que lo hundieron en una crisis política, judicial y de negocios. El CEI, a fines de 1998, se constituyó como el principal grupo radiotelevisivo y la contra-



parte dominante del sistema de medios, junto con el Grupo Clarín. Imposibilitado de reformar la Constitución a tiempo, el proyecto del ex presidente Carlos Menem se desarmó en el '99 y con él varios negocios comenzaron a hacerse jirones. De forma paralela, dentro del fondo de inversión comenzaron a darse una serie de modificaciones accionarias, que implicaron la entrada y salida de distintos actores. Producto de la causa judicial iniciada en su contra, Moneta fue resignando su protagonismo. El fondo de inversiones de origen texano Hicks, Muse, Tate & Furst, terminó controlando la presidencia del holding. El cambio en la titularidad llevó al deterioro de las relaciones de los antiguos socios estratégicos. Luego de una serie de negociaciones en noviembre de 1999, CEI y TISA llegaron a un acuerdo para dividir los activos.

En sólo seis meses, Telefónica Media se convirtió en propietaria del mayor grupo de canales de Argentina, con llegada al 85% del público de televisión abierta. Luego de intervenir como socio del CEI, Telefónica Media centró sus actividades de medios en cuatro unidades de negocio: televisión, radio, producción (contenidos), y sistemas y servicios. Los objetivos de Telefónica no se agotan en el mercado local sino que busca expandirse a nivel internacional. Junto con Endemol, la productora que centra su mercado en Europa, Telefónica Media planea constituir a Telefe como una marca registrada de la región en lo relacionado a la distribución y los contenidos.



La nueva coyuntura económica generada por la depreciación de la moneda, le permite invertir en un mercado con muy bajo costo, mano de obra calificada y barata. Lo paradójico de la situación es el estado de crisis en el que se encuentra su principal empresa local, Telefónica de Argentina, que luego de generar rentabilidades extraordinarias durante más de diez años -remitidas en más de un 80% a su casa matriz, para ser distribuidas entre accionistas, mientras la inversión local se financiaba mediante endeudamiento- con la devaluación y la prohibición de las subas en los servicios públicos, entró en una situación económica de emergencia con peligro de default.

### Nuevos discursos, viejas mañas

En términos normativos, la década menemista dejó condicionada la estructura de funcionamiento del sistema de medios, con alteraciones sustanciales, a favor de los grupos multimedia. Esta situación no se alteró con el recambio gubernamental de diciembre del '99. Por ejemplo, el proyecto de ley de Radiodifusión que impulsó el gobierno, pretendió consolidar una estructura de propiedad cristalizada, donde los holdings no verían afectados sus intereses sino, más bien, serían favorecidos. Tanto la anulación, vía decreto, de la ley de creación de Radio Televisión Argentina (RTA), pasando por los conflictos gremiales, la creación del multimedios del Estado, como el proyecto de ley elaborado desde el Comité Federal de Radiodifusión (COMFER), consolidaron las características vigentes del sistema, y sólo reflejaron un cambio en lo discursivo.

### Las denominadas Industrias Culturales

Entre finales de 2001 y el primer semestre de 2002, se creó un espacio integrado por diferentes sectores interesados en el fomento y regulación de la producción de bienes culturales, quienes enuncian la ratificación de los principios de excepción y diversidad cultural.

De aplicarse las reglas de la Organización Mundial de Comercio (OMC) quedaría impedida la protección territorial, y el destino de la cultura librado por entero a los avatares de la economía de mercado, dejando a estas industrias expuestas a los criterios de pérdidas-ganancias, compra-venta y fusiones entre grandes capitales. En la producción de contenidos el 80% de la producción es importada y se origina en la industria audiovisual norteamericana. Por esto, la protección del espacio audiovisual es uno de los puntos esenciales en debate para la defensa de las Industrias Culturales.

En Argentina, el proceso de devaluación posterior a la con-

vertibilidad acrecentó la posibilidad de desnacionalización de las empresas culturales, incluyendo en esta incertidumbre a grandes empresas como Clarín, que vive la amenaza de poder ser comprada por capital extranjero por un bajo precio.

### El futuro llegó...

A lo largo del proceso de concentración y extranjerización, la lógica de maximización de la renta prima por sobre los derechos comunicacionales de los ciudadanos. En este contexto, el Estado no controla esta dinámica mercadocéntrica ni puede iniciar un proceso de discusión en torno a la definición de un sistema de medios acorde a las necesidades de la sociedad y no a los vaivenes empresariales. Definir las funciones del sistema público, garantizar la pluralidad y diversidad de opiniones que garantice la variedad democrática, son parte de los desafíos pendientes.

La recesión de la actividad económica impactó de forma particular en el sector de las comunicaciones. Los grupos sumaron al achicamiento del consumo, la merma de la pauta publicitaria, la depreciación de los activos, la dificultad de acceder al crédito, la imposibilidad de sostener sus inversiones y afrontar sus deudas en dólares. Esta situación puede derivar en un escenario donde la preeminencia de los capitales extranjeros domine todos los segmentos del sector. De ser así, cabría preguntarse hasta dónde se vería afectada la calidad de la democracia, que inclusive como democracia deja bastante que desear. ■

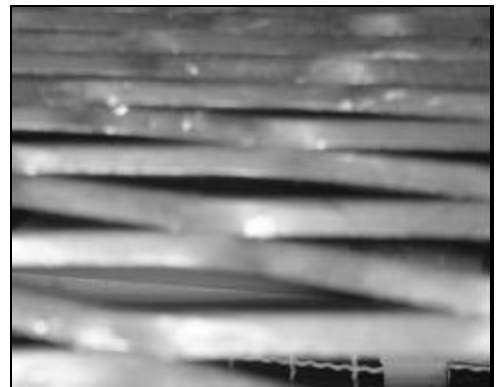
## Proyecto y desarrollo de productos: El diseño como aporte a las industrias culturales

Por Adrián Lebendiker<sup>1</sup>

Es curioso -ya que a quienes provenimos del mundo del diseño no deja de asombrarnos-, ser testigo de cómo la palabra "diseño" perforó en los últimos años, las barreras originales de los circuitos minoritarios que le dieron vida para teñir un inmenso abanico de nuestro vocabulario técnico y también cotidiano. Hoy diseño es todo y, por ende, casi nada. Se diseñan los autos, pero también las políticas. Hay diseño de moda y vestuario. Las tipografías, la información y los libros son diseñados. También las bandas de sonido y la música ambiental.

El diseño industrial pasó a ser diseño de productos y éste a su vez dio lugar al diseño de servicios, que finalmente parió al hoy vigente diseño de experiencias. Las disciplinas del gerenciamiento le abrieron las puertas a la gestión de diseño y al diseño estratégico. En los productos altamente tecnológicos tenemos diseño de interfases, en los teléfonos celulares y en las comunicaciones diseño interactivo. Junto con los "prosaicos" diseño arquitectónico e ingeniería de diseño, encontramos en un kiosco con fotocopidora el infaltable cartel que dice "diseño e imagen". Hoy día se diseñan las tarjetas y el evento, la gastronomía, el menú, la mesa, el plato negro y cuadrado, y el timbal de arroz con los panes saborizados. Antes se diseñaban las ciudades, hoy las "marcas" de los países. Junto con el cuarto y el living se diseñan las carreras profesionales. Hasta las uvas están diseñadas para no tener que escupir las molestas semillas, y ni qué hablar de los tomates: diseñados para salsa (peritas), larga vida (ex-comunes y redondos) y los más fashion y sofisticados cherry.

¿Pero qué es lo que le ha ocurrido al diseño para diversificarse y multiplicarse hasta el




infinito de esta manera, y dónde es que se encuentra la sustancia que motoriza dicha mitosis? A decir verdad, lo que ha mutado en gran medida es el concepto de producto, protagonista principal del acto de diseño.

El producto, objeto tangible o información, ya no es más la materialización de funciones, y formas, sino el portador de un complejo relato que reconoce marcas de un articulado sistema de producción, comercialización y comunicación, que le ha dado vida. El proyecto, alma fúndante del diseño moderno, nos permite organizar, sistematizar, jerarquizar, las soluciones o necesidades que el desarrollo de estos productos requieren.

El producto diseñado, si se quiere, es un umbral a alcanzar que se aparta del "acto creativo", en tanto vehículo material-inmaterial, simbólico, cultural, de todo el sistema productivo que lo genera y a la vez lo constituye. Durante las décadas del 80 y 90 asistimos a un fenómeno de surgimiento y proliferación de carreras universitarias y terciarias en el campo de la comunicación, el diseño y posteriormente de la producción y la gestión cultural. Con excepción de las carreras de

<sup>1</sup> Director General del Centro Metropolitano de Diseño (CMD)



comunicación -que acompañaron una fuerte expansión de los medios masivos-, las carreras de diseño crecieron a contrapelo de la tendencia declinante de la industria manufacturera local, generando un fenómeno de sobreoferta profesional que derivó en la aparición de numerosos microemprendimientos de producción cuasi-artesanal y en innumerables ferias de diseño.

Algo parecido, con algunos matices de diferenciación, ocurrió con las escuelas de cine que anticiparon el renacer del cine local merced a una fuerte acción del Estado en la creación de instituciones de promoción, regulación y fomento. Sin embargo, y con gran autonomía de la demanda real, la cantidad de alumnos en carreras universitarias "creativas", hasta hace poco tiempo con status de oficio, ha ido creciendo año tras año.

La mención de esta situación, que en menor escala se repite en otros países latinoamericanos, tiene como objeto ejemplificar la desarticulación que se ha dado en nuestro sistema productivo durante el período mencionado no sólo en el plano real (entre distintos eslabones de la cadena productiva), sino en el imaginario y simbólico. Fue en ese marco en el que se produjo una fuerte disociación del "universo creativo" respecto del "universo productivo". Para muestra basta un botón: a comienzos de este año se inscribieron en la carrera de diseño de indumentaria de la UBA 2300 alumnos, de manera simultánea en la carrera de ingeniería textil de la UTN lo hicieron sólo dos. Fue necesaria una fuerte campaña de promoción con pasantías, motorizada desde el sector privado, para incrementar el número de alumnos de esta última carrera que presenta una creciente demanda laboral.

Luego de su inauguración, allá por diciembre del 2001, en plena crisis, desde el Centro Metropolitano de Diseño (CMD), en aquel momento dependiente de la Secretaría de Desarrollo Económico, nos propusimos aportar a la articulación del sistema productivo, al incremento de la competitividad y a la innovación de las pymes de la Ciudad, a partir del diseño y el desarrollo de nuevos productos.

Creamos diversos instrumentos de asistencia a empresas, profesionales, y nuevos emprendedores, para el fortalecimiento de sus capacidades competitivas.

Desarrollamos un servicio de información segmentado en

áreas tales como diseño de moda, de producto y multimedia, para poder asistir a la demanda de consultas de empresas y diseñadores en los mencionados segmentos, con el fin de que puedan contactarse con proveedores, instituciones académicas, organizadores de eventos, canales comerciales, etc.

Organizamos los meses del diseño (ModaBA, BAND y DIBA) con el fin de coordinar actividades tanto propias como del sector privado y otros organismos públicos, para estimular la creación de redes, difundir la actividad empresaria, académica y promocional, y consolidar un seudomercado en el que fluya el conocimiento entre las diferentes partes de cada sector.

Lideramos operaciones de desarrollo de productos en cadenas de valor, convocando a todos los eslabones de la misma, desde los proveedores primarios hasta los canales comerciales, pasando por los productores, diseñadores y agencias estatales de tecnología, diseñando y produciendo de manera conjunta, productos y familias de productos que llegan hasta la etapa de comercialización y comunicación.

Asistimos técnica y financieramente a nuevos comienzos basados en productos diseñados y de industrias culturales, incubando a muchos de ellos y colaborando en el armado de su plan de negocios, estrategia de producto, estrategia comercial, redes de clientes y comunicación.

Investigamos escenarios de tendencias de consumo para producciones locales, percepción de calidad de nuestros productos, desarrollo de nuevos materiales, capacidades innovadoras de las empresas de diseño, creando conocimiento para ser divulgado en las empresas locales.

Todas estos instrumentos tienen como denominador común el hecho de ser intervenciones sistémicas, articuladoras, proyectadas con el fin primario de generar innovaciones y nuevos productos, impactando, además, en el aprendizaje que ese proceso propone hacia el interior de las cadenas productivas.

Actualmente, desde la Subsecretaría de Gestión e Industrias Culturales estamos comenzando a replicar parte de estas políticas en las industrias del sector editorial, fonográfico, y audiovisual. El diseño estratégico es una herramienta poderosa para poder



## Experiencias y Análisis

concebir el desarrollo de nuevos productos en las industrias culturales como parte de todo un sistema, e intervenir en los cuellos de botella.

Las políticas locales no tienen el impacto que las leyes nacionales provocan en cada sector, sin embargo, como ya lo mencionamos, recrean condiciones sistémicas de mejora de la competitividad. Yuxtaponer el universo creativo y el universo productivo es un imperativo.

Para soldar la fractura producida en el distorsionado imaginario de las industrias con producción simbólica. Para promover recursos humanos con capacidad de gestionar proyec-

tos complejos sustentables económicamente. Para contribuir a la generación de nuevos puestos de trabajo.



El lugar del proyecto, del diseño como lo hemos tratado aquí, lejos del imaginario estetizante al que se lo suele relacionar, es una garantía en la materialización de un producto maduro, generador de identidad, con calidad global y anclaje local, en el que lo tangible e

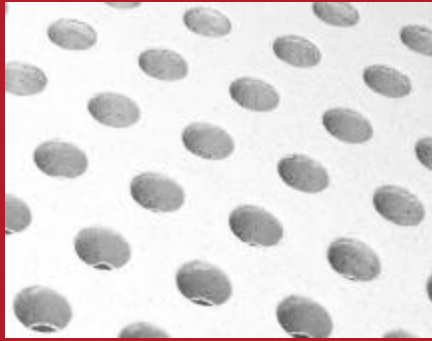
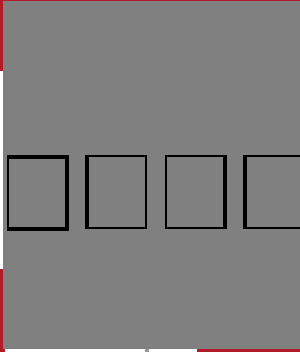
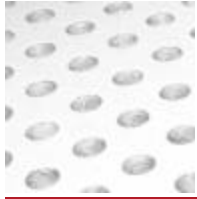
intangibile, la producción y la comunicación, se funden en un todo consistente que alza una voz diferente desde nuestra cultura hacia todas las culturas. ■

## BREVES

"Todo replanteamiento actual de las políticas culturales debe partir, al menos, de dos preguntas: la primera es cuantas formas de homogeneización desarrollan actualmente las políticas de globalizadoras mass-media que incorporan las diversas tecnologías de producción cultural a sus circuitos de comunicación, vinculándolos con las distintas comunidades de consumidores; la segunda cuestión es a cuantos artistas, intermediarios culturales y consumidores es capaz de incorporar cada una de estas políticas de homogeneización transnacional y a cuántos deja fuera. Ya señalamos que la globalización se desenvuelve en medio de la interdependencia asimétrica del sistema mundial. ... El mismo proceso globalizador que integra también segrega y estratifica. Lawrence Grossberg ha escrito que la globalización es una "máquina estratificante" que opera no sólo para borrar las diferencias, sino también para reordenarlas a fin de producir nuevas estratificaciones o divisiones menos ligadas a los territorios que a la distribución de los mercados"

*Néstor G. Canclini, en "Opciones de políticas culturales en el marco de la globalización" Publicado en Informe Mundial sobre la Cultura. Cultura, creatividad y mercados. Editorial UNESCO. 1999*

# Cultura en Cifras



# Cultura en cifras

Esta sección pretende brindar al lector una serie de datos estadísticos sobre las Industrias Culturales que puedan resultar de interés al investigador, al propio sector y los lectores en general. Se destacan, la información de Empresas y Empleo de las Industrias Culturales en Argentina en el año 2.000, el cuadro de Inversión y Gasto en las Tecnologías de la Información en América Latina para el período 2000-2004 y el de cantidad de Accesos a Internet en la Argentina en el periodo 1999-2003. En los próximos números de Observatorio mantendremos y ampliaremos esta sección. Invitamos al lector a ingresar a nuestra Web [www.buenosaires/cultura/observatorio/](http://www.buenosaires/cultura/observatorio/) y consultar la sección Estadísticas.

## Recaudación del INCAA

**CUADRO COMPARATIVO PRIMER SEMESTRE Años 2002 - 2004 (En pesos)**

	2002	2003	2004	VARIACIÓN % AL 2002	VARIACIÓN % AL 2003
<b>VIDEO</b>	1.700.000	2.700.000	3.600.000	(+) 110%	(+) 33%
<b>CINE</b>	4.000.000	6.500.000	13.000.000	(+) 225%	(+) 100%

La Gerencia de Fiscalización del INCAA, informa que en los primeros siete meses del año la recaudación del Instituto en los segmentos cine y video aumentó considerablemente con relación a los años anteriores.

En el sector video el aumento es de un 33% con respecto al 2003 (\$3.600.000 contra \$2.700.000) y del 110% con respecto al 2002 (\$360.000 contra \$1.700.000).

En el segmento cine el aumento es del 100% (\$13.000.000) contra \$6.500.000 del 2003 y del 225% con respecto al año 2002 (\$4.000.000).

Estos incrementos se deben a la conjugación de diversos factores: la disposición del público hacia la actividad audiovisual y un perfeccionamiento en la fiscalización por parte del INCAA. Por ejemplo, en lo que va del año se labraron 202 actas a video clubes por problemas con la inscripción ante el Instituto y, solamente en las vacaciones de invierno, se iniciaron más de 30 actuaciones por cuestiones graves tales como cines no inscriptos, no vender entradas oficiales y pasar películas ilegales.



## Videos

El siguiente cuadro nos permite conocer la evolución del número de películas de video editadas por año, en todo el país. La fuente de los datos son la Unión Argentina de Videoeditores y la revista "Prensario/Video-Cable". Se destaca una caída sensible de la cantidad de películas llevadas a video durante el año 2002, 122 menos, fecha pico de la caída de la actividad comercial, en lo más profundo de la crisis, y su posterior recuperación, cuando se revierte la tendencia general. Si bien, la recuperación no logró alcanzar los valores pre crisis, la tendencia permite prever que durante 2004 se superen los valores de 2001.

### Número de películas editadas en video.

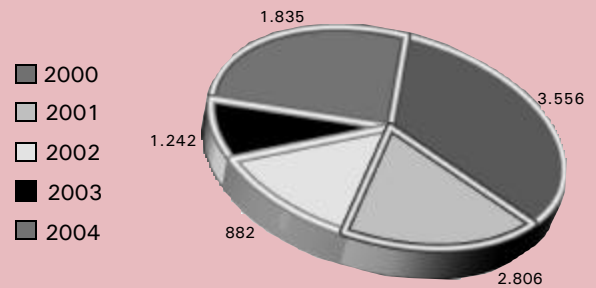
Año	Títulos editados
2001	680
2002	558
2003	640

Fuente: Elaboración propia con datos de UAV y revista "Prensario Video/TV-Cable"

## Nuevas tecnologías

El siguiente cuadro aporta datos acerca de las inversiones y gastos en tecnologías de la información en América Latina, durante los años 2000-2001, con estimaciones y proyecciones para los años 2002-2004.

### INVERSIÓN y GASTO en Tecnologías de la Información América Latina - años 2000/2004, en millones de dólares



Fuente: Data corporation y CNC, en diario "El Mercurio" 16-05-03 Santiago de Chile

## Acessos a Internet

El cuadro que acompaña nos permite observar que la cantidad de accesos a Internet durante los años 1999-2003, a pesar de la crisis no ha sufrido disminuciones, y ha muestra

do un ascenso importante aún en los peores años de la crisis 2001-2002. Es necesario destacar que los valores de 2003 son estimados. La fuente, es una consultora privada, Prince & Cooke.

### Número de accesos a Internet. Período 1999-2003. Argentina.

Rubro	1999	2000	2001	2002	2003
Clientes	470.000	720.000	1.010.000	1.270.000	S/d
Usuarios Web	920.000	1.340.000	2.000.000	2.700.000	S/d
Usuarios Web + mail	1.200.000	2.000.000	3.200.000	5.000.000	5.200.000

Fuente: Prince & Cooke.

### Empleo

Este cuadro nos permite comenzar a dimensionar el empleo generado por las Industrias Culturales, a nivel país y también la participación de las PyMES al interior de ese sector. Son datos de empleos formales ocupados y corresponden al año 2000. Los datos fueron aportados por Dirección General de Empleo y Formulación de Políticas de Empleo del Ministerio de Trabajo para el trabajo llevado adelante en la Secretaria de Cultura y Medios de Comunicación en el marco del Informe de la Etapa Preparatoria del proyecto "Las Industrias Culturales en el MERCOSUR: Incidencia Económica y Sociocultural; intercambios y políticas de

integración regional" aprobado en la X Reunión de Ministros de Cultura del MERCOSUR. Es de esperar una pronta actualización de estos datos. Se destacan de los mismos el fuerte componente de las PyMES en el total de empresas con base cultural y al interior de estas, de las microempresas - definidas como micro por tener de 1 a cinco empleados- que representan el 65% del total. Entre las micro y las PyMES ocupaban a un total de 59.087 personas, casi el 60% del empleo formal de las empresas de base cultural. Teniendo en cuenta el mayor grado de informalidad de las mismas, su incidencia en el total del empleo -considerando el formal y el informal - es seguramente mayor.

**ARGENTINA. Totales de empresas y empleo en las I.C. y el sector Cultura, según tamaño de empresa. Año 2000.**

Tipo de Empresa	Cantidad de Empresas	% Total Empresas	Empleos Formales	% sobre total empleo formal del país (**)
Micro	4.938	65,63	10.761	0,23
Pequeña	1.991	26,46	25.263	0,55
Mediana	440	5,85	23.063	0,50
Grande	155	2,06	42.929	0,23
Total	7.524	100	102.017	1,53

\* Los tamaños de Empresa se han definido como:

Micro (entre 1 y 5 empleados)

Pequeña entre (6 y 30), Mediana (entre 31 y 100)

Grande (más de 100 empleados)

\*\* Se calcula sobre el total de empleo formal del país a octubre de 2000.

Fuente: Elaboración propia en base a datos de la DGE y FPE, Ministerio de Trabajo

### Actores e intérpretes

Este cuadro nos permite conocer la cantidad de autores, e intérpretes ocupados permanentemente o ocasionalmente en las Industrias Culturales y en el sector de la Cultura, durante el año 2002 en todo el país. Las fuentes de datos son varias, el Ministerio de Trabajo, ARGENTORES, SADAIC, AADI y AAA. Más allá de poder estimar un posible universo, se destaca el alto porcentaje de autores y compositores del ámbito musical, por sobre el resto, ya que estos solos superan el 50 %.

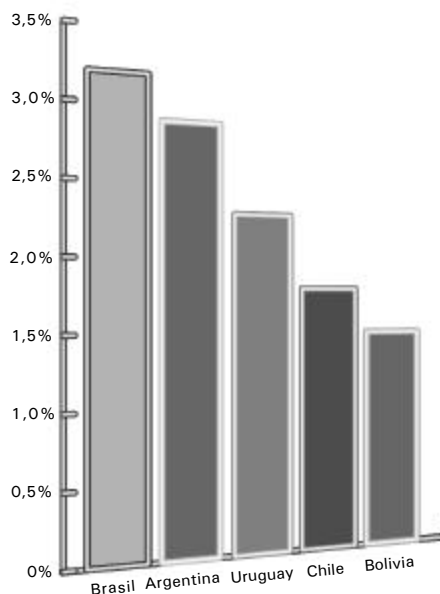
### Cantidad de autores, actores e intérpretes ocupados total o episódicamente en las IC y en el sector Cultura. Año 2002

Autores de obras teatrales y audiovisuales	1.330
Autores y compositores musicales	26.563
Intérpretes musicales	12.877
Actores de teatro, cine y televisión	8.000
Soporte de espectáculos varios	2.573
<b>Total</b>	<b>51.143</b>

Fuente: Elaboración propia en base a datos de DGEyFPE, ARGENTORES, SADAIC, AADI y AAA

### MERCOSUR. Industrias Culturales. Aporte al PBI (en %) por Países. Año 2000.

Para contextualizar la incidencia de las IC de la región mercosureña en sus respectivos PBI podemos mencionar que en Suecia representan alrededor del 6,5% de su PBI, en EE.UU. el 6,0%, en España el 4,4%, en el Reino Unido el 2,9%, en Colombia el 2,8% ó en Venezuela el 2,3% (Fuente: Informe ejecutivo del proyecto Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello, julio 2001). Estas comparaciones hay que hacerlas con alguna prevención dado que los países no incluyen siempre las mismas actividades en estas mediciones. De todas maneras sirven de manera indicativa como aproximación a la estimación del peso relativo de las IC y de lo cultural en las respectivas economías nacionales.



Fuente: Elaboración propia en base a información de "Industrias culturales: Incidencia Económica y Sociocultural, Intercambios y Políticas de Integración Regional" Secretaría de Cultura y Medios de Comunicación, año 2001.



## BREVES

### Sony y BMG se unen respaldados por la Unión Europea

La unión entre los gigantes Sony y Bertelsmann (BMG) ha sido aprobada por la Unión Económica Europea, sin restricciones.

El matrimonio propuesto va a dejar a las 4 mayores industrias con aproximadamente el 80% del mercado mundial del disco.

La Unión Europea dijo que la preocupación inicial de que el convenio pudiera elevar los precios de los CD y disminuir las posibilidades de elección de los compradores son infundadas.

La japonesa Sony y la alemana Bertelsmann son la segunda y quinta mayores empresas grabadoras del mundo.

Los primeros anuncios sobre los planes post-fusión informan que el trato será de del 50% para cada una.

Ambas empresas informan de la necesidad de unirse para "tacklear" la crisis en la industria mundial de la música, enfrentadas a la piratería de CD s y a la bajada ilegal de temas a través de Internet.

Michael Lambot, presidente de la Asociación de compañías grabadoras independientes (IMPALA) dijo que la movida "pone en peligro la existencia de cientos de pequeñas y jóvenes empresas."

Mas allá de eso, la unión de ambas empresas todavía está en revisión en los Estados Unidos, pero se espera la aprobación en los próximos meses.

Recientemente, el Financial Times reporta que ambas compañías planean despedir a 2000 trabajadores, o sea a un cuarto de su fuerza de trabajo conjunta.

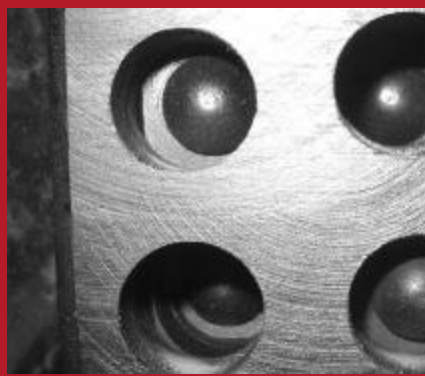
*BBC NEWS* [www.news.bbc.co.uk/2/hi/business/3908405](http://www.news.bbc.co.uk/2/hi/business/3908405)

"Los perfeccionamientos tecnológicos (en las industrias culturales y en los medios) han facilitado la expansión masiva de las dimensiones y el impacto de la comunicación. La diversificación y la multiplicación de los métodos de acumulación, tratamiento y transmisión de conocimientos - incluidos los que hasta ahora eran inaccesibles - surtirán efectos cada vez más importantes sobre la vida cotidiana. Sin embargo, no sería sensato suponer que tales cambios tengan solamente carácter técnico. Del mismo modo que la política y la economía determinan las decisiones tecnológicas, así también la tecnología trae consigo consecuencias políticas y económicas. Las innovaciones son a la vez un aspecto y un agente de cambio. Aunque una sociedad piense que comprende muy claramente lo esencial de los problemas de la comunicación en su perspectiva histórica y contemporánea, descubrirá quizás en el decenio próximo, o más tarde en el siglo próximo, que otros progresos técnicos han producidos efectos imprevistos, engendrando incertidumbres e imponderables. Se debería aplicar a la tecnología, al compás de sus progresos y en cada etapa de su desarrollo, la siguiente regla esencial: poner el progreso técnico al servicio de una mejor comprensión entre los pueblos y de la continuación de la democratización en cada país, en vez de utilizarla para fortalecer intereses creados por el poder establecido."

*De "Un mundo, voces múltiples", Sean MacBride, UNESCO-FCE, México, 1980*

# DOSSIER

## Economía y Cultura

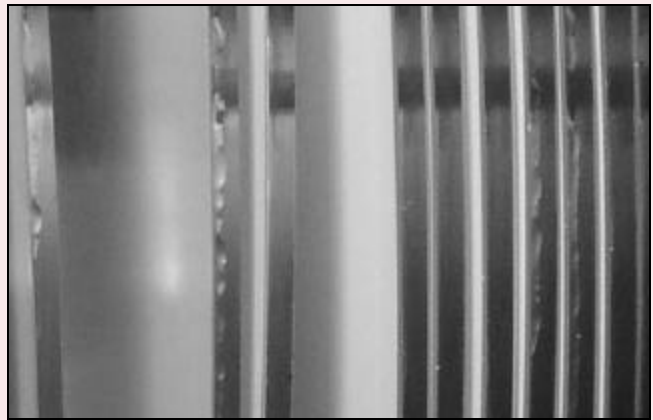


# Las industrias culturales: su significación política, económica y social

Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires<sup>1</sup>

Desde comienzos del Siglo XX, y de manera creciente, buena parte de la creación cultural se difunde gracias a una producción industrial que se distribuye por circuitos comerciales masivos. El concepto de Industria Cultural surge en los años 40', en el análisis crítico de ese proceso por parte de Theodor Adorno y Max Horkheimer, de la Escuela de Frankfurt<sup>2</sup>.

Hoy, el término se viene utilizando crecientemente en el marco de estudios que pretenden analizar las relaciones entre economía y cultura. Este nuevo campo de estudio ha venido superando ciertas prevenciones de los actores de ambas esferas. Su vinculación implica una ruptura con la idea de la cultura y la economía como campos separados, como dominios extraños y hasta opuestos el uno al otro. Así, algunos economistas podrían rechazar la idea de que la cultura tiene alguna relevancia para su disciplina, mientras que algunos científicos sociales y gestores culturales son reacios a incluir los instrumentos económicos en los análisis cul-



turales. En cuanto a los protagonistas vitales de la producción cultural, los creadores, muchas veces no ven en su actividad vinculación alguna con lo mercantil, que se expresa en algún caso en aquella idea -casi ingenua- del artista creando por fuera de toda determinación económica y social<sup>3</sup>. Es necesario analizar aquel entramado de relaciones porque "la cultura y la educación no son meros pasatiempos ni su influencia es secundaria. Son importantísimos para afirmar y reproducir las diferencias entre grupos y clases sociales"<sup>4</sup>.

<sup>1</sup> Realizado por el equipo de investigación del Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires: Fernando Arias, Gabriel Mateu, Liliana Moyano y Gabriel Rotbaum.

<sup>2</sup> Los autores ven ese proceso de industrialización como degradación de la cultura en industria del entretenimiento, lo que llaman "desublimación del arte". Hay que entender esta línea de razonamiento en el contexto totalitario en que se desarrolló. "La experiencia radical que fue el nazismo está sin duda en la base de la radicalidad con que piensa la Escuela de Frankfurt. Con el nazismo el capitalismo deja de ser únicamente economía y pone al descubierto su textura política y cultural: su tendencia a la totalización.". Hay entonces "un pesimismo cultural que llevará a cargar la unidad del sistema a la cuenta de la "racionalidad técnica", con lo que se acaba convirtiendo en cualidad de los medios lo que no es sino un modo de uso histórico". Martín Barbero, Jesús. Comunicación, cultura y hegemonía, Barcelona, 1987.

<sup>3</sup> Beatriz Sarlo en "Escenas de la vida posmoderna, intelectuales, arte y videocultura en la Argentina" plantea que la perspectiva surgida de los análisis producidos desde la sociología del campo del arte ó la cultura "desnuda las fantasías que los artistas han tejido sobre su práctica y revela que las determinaciones económicas y sociales se ejercen sobre ellos, tanto como sobre quienes se ocupan de la producción de mercancías o de competir por el poder".

<sup>4</sup> Pierre Bourdieu, "La reproducción: elementos para una teoría del sistema de enseñanza" (1996), y "La Distinción" (1991). Este autor encuentra que el campo educativo no es el único escenario de dominación moderna, sino que el más sobresaliente es el de la comunicación que, contrario a su propaganda de transparencia y audacia, desarrolla estrategias, desplegando cierta violencia simbólica que establece qué se considera normal y que no. Lo simbólico, de esta manera, se levanta como un principio generador de cambio, al desenmascarar el "poder de hacer", de "imponer" costumbres, gustos, maneras de ser, pensar, vestir, oír, etc. En "Un diálogo con Pierre Bourdieu acerca de la investigación sociológica", Pablo Di Leo, Universidad de San Martín (UNSAM).

En ese marco, las Industrias Culturales (IC) expresan el sector más dinámico de la producción cultural. Representan sectores que conjugan creación, producción y comercialización de bienes y servicios basados en contenidos intangibles de carácter cultural, generalmente protegidos por el derecho de autor. También son denominadas "industrias creativas" en algunos países y son conocidas en medios tecnológicos como "industrias del contenido".

En cualquier caso, su particularidad, lo que las distingue, es que se trata de producción de contenidos intangibles, simbólicos, no para el uso o el consumo físico, sino bienes destinados a satisfacer y/o promover demandas culturales, a la vez que contribuyen a la construcción de identidades. Hablamos entonces de una industria muy particular, que produce objetos con una doble composición: lo tangible, el objeto producido en sí mismo -un libro, un disco, una película- y el componente intangible - la potencialidad de esos objetos de construir valores e identidades-.

Esto es particularmente importante: las IC, a diferencia de cualquier otra industria, presentan, junto con su dimensión económica (inversión, facturación) y su dimensión social (empleo, etc.) una tercera y específica característica: la de expresar y a su vez dinamizar el capital simbólico de las sociedades. Esta característica distintiva, es la que les otorga a las IC su particular valor estratégico en el desarrollo de las naciones; siendo a la vez la que ofrece mayores dificultades a la hora de ser medida: por su carácter intangible estamos hablando de lo que no es factible de tocar, por lo tanto de medir, al menos cuantitativamente.

Este carácter estratégico de las IC está dado, entonces, por su aporte a la conformación de las respectivas "identidades culturales" en una época en que como señala Manuel Castells "la identidad se está convirtiendo en la principal y a veces única fuente de significado en un período histórico caracterizado por una amplia desestructuración de las organizacio-

nes....es cada vez más habitual que la gente no organice su significado en torno a lo que hace, sino por lo que es o lo que cree ser"<sup>5</sup>.

Ese valor agregado estratégico se ha acentuado en las últimas décadas, a partir de la revolución tecnológica comunicacional. Desde mediados de los años 80', "el sector de la cultura y de la comunicación comienza a vivir una transformación casi tan radical como la experimentada con la invención de la imprenta. La aparición de equipamientos multimedia, la digitalización de los contenidos así como los avances en las tecnologías de las telecomunicaciones, comportan un cambio radical en las formas de producción y consumo. La cultura pasa así a ser vista como una actividad clave en las estrategias internacionales de dominio de los nuevos mercados de las telecomunicaciones y el ocio; este hecho provoca un proceso acelerado de integraciones empresariales verticales y horizontales, y de globalización de las estrategias de los grandes grupos empresariales del sector"<sup>6</sup>.

Como resultado de aquellos procesos de convergencia tecnológica y creciente importancia económica y simbólica de las actividades culturales se viene dando, a escala global, un proceso de progresivas articulaciones entre los distintos sectores de la producción cultural. Esto se traduce, a la



<sup>5</sup> José Antonio Marina, "El timo de la sociedad de la información", en Educación e Internet, compilación, Prometeo, Buenos Aires, 1999.

<sup>6</sup> Lluís Bonet Agustí, "Economía y cultura: una reflexión en clave latinoamericana", investigación realizada para la Oficina para Europa del Banco Interamericano de Desarrollo, enero 2001.

<sup>7</sup> En la industria fonográfica, por ejemplo, cinco compañías dominan aproximadamente el 80% del mercado mundial del disco UNIVERSAL: WEA, EMI Odeon, SONY y BMG. Estas dos últimas actualmente se encuentran en proceso de fusión.

<sup>8</sup> Las industrias audiovisuales no sólo han aumentado el caudal de oferta que pueden poner a disposición de la población, sino que además constituyen su principal fuente de entretenimiento. Se calcula que en los países de América Latina la población consume un promedio de más de tres horas de televisión diarias.

vez, en una vertiginosa dinámica de concentración de las IC, que se da especialmente - pero no exclusivamente<sup>7</sup> - en el campo del audiovisual - principal medio de difusión cultural por otra parte<sup>8</sup>.

Esta creciente convergencia tecnológica y empresaria va generando una articulación horizontal y vertical que obliga a pensar a las IC como Sistema interrelacionado. Hace algunas décadas, cada industria del sector tenía características propias y diferenciadas, con relativa autonomía de unas respecto a las otras. Hoy, sin embargo, la articulación entre televisor, el teléfono y la computadora personal, la digitalización de todo el sector y "el matrimonio triangular que se ha producido entre informática, telecomunicaciones e industrias culturales"<sup>9</sup> induce a la conformación de grandes conglomerados a partir de fusiones que se suceden con inusitada velocidad.

Esta globalización de las IC -y especialmente la aparición de operadores audiovisuales de escala mundial- plantean un reto formidable para el desarrollo de las identidades y

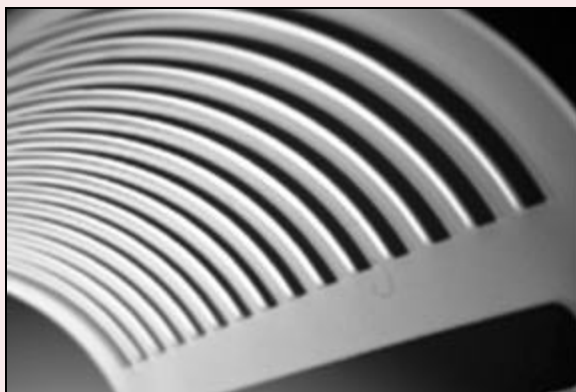
de las culturas de los pueblos. Así, los mass media en particular, y las llamadas industrias culturales en general,

tienen una creciente centralidad en la producción y circulación de los bienes simbólicos constitutivos de aquellas categorías de percepción.

Aquí reside uno de los riesgos más acuciantes: la homogeneización de la oferta cultural en detrimento de la diversidad de contenidos y sentidos<sup>10</sup>.

La importancia fundamental que adquieren los medios audiovisuales en el ámbito cultural radica en que constituyen un medio reproductor de la cultura en todas sus manifestaciones. En los países de nuestra región, lejos de utilizarse esta valiosa herramienta cultural para el intercambio y conocimiento mutuo de las diversidades culturales, cerca del 90% del flujo audiovisual que se consume tiene un único origen: los Estados Unidos<sup>11</sup>. En otras palabras, el espacio audiovisual del MERCOSUR es llenado de contenido unidireccionalmente por producción norteamericana<sup>12</sup>.

Al mismo tiempo, estos procesos posibilitan nuevas formas de comunicación y conoci-



<sup>9</sup> Rafael Roncagliolo, en compilación "Las Industrias Culturales en la integración latinoamericana", Néstor García Canclini y Carlos Gabeta (coordinadores). EUDEBA/SELA, Buenos Aires, 1999

<sup>10</sup> "Ya no hay más cine italiano, hay cine francés solo por ayuda del Estado. Lo mismo pasa con las editoriales, cada vez más concentradas. Se pone un piso de ganancias que se debe obtener. Por eso algunos libros no serán publicados por ellos...en general la concentración destruye las posibilidades de producción cultural de productos sin mercado amplio y seguro". Pierre Bourdieu, entrevista publicada por Página 12. Junio 2001

<sup>11</sup> Así, "las imágenes de Estados Unidos son tan abundantes en la aldea global -señalaba tiempo atrás Kim Campbell, ex primer ministro de Canadá - que es como si, en vez de emigrar la gente a Norteamérica, esta hubiera emigrado al mundo, permitiendo que la gente aspire a ser estadounidense incluso en los países más remotos"

<sup>12</sup> En contraposición a esa presencia preponderante del audiovisual norteamericano, en el año 2000 en la TV argentina no existía ninguna producción con origen en otros países del MERCOSUR -COMFER, "La televisión argentina en el 2000". Para el año 2003, el 82% de los espectadores de cine en todo el país consumió películas de origen norteamericano. En TV por cable, el 85% de las películas y series que se emitían en el año 2000 eran del mismo origen; proporción que es aún menos diversificada en TV abierta, llegando en este caso a ser el 97% del cine extranjero que se emitió en el año 2003 -COMFER, "Contenidos de la Televisión Argentina", Noviembre 2003-. Este último informe se puede consultar en [www.comfer.gov.ar/pdf/contenidosTVnoviembre2003.pdf](http://www.comfer.gov.ar/pdf/contenidosTVnoviembre2003.pdf).



miento recíproco entre las diversas culturas. Hay en este proceso, oportunidades y riesgos para el desarrollo de la diversidad de las identidades culturales de los pueblos.

Los riesgos están presentes: la concentración asimétrica en la producción cultural y la generación de ingresos. Entre la Comunidad Europea, los EE.UU. y Japón se quedan con el 87 % de las ganancias producidas por los bienes culturales y comunicacionales, quedando el 13% restante a todos los otros países del mundo<sup>13</sup>:

EE.UU. se queda con el 55%.

La Unión Europea con el 25%.

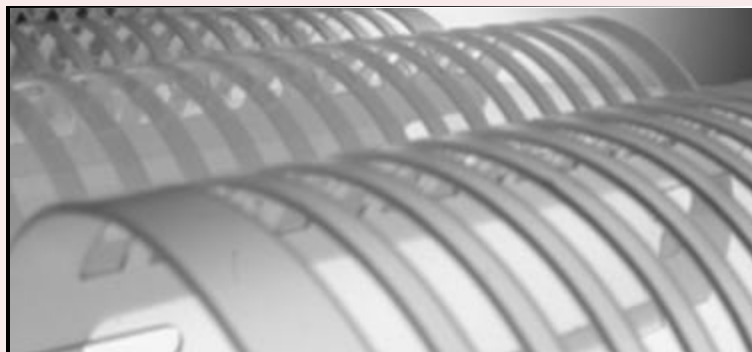
Japón y Asia reciben el 15%.

Latinoamérica sólo el 5% (siendo el español la tercera lengua mundial por número de hablantes).

En esta era, que algunos comienzan a definir como "la sociedad de la información" las IC conforman el núcleo central de la circulación de significados y por tanto es imprescindible conocer su conformación en nuestros países en el marco de la creciente globalización<sup>14</sup>.

Aquel valor estratégico de las IC está potenciado por su creciente importancia en la economía, el empleo, y los intercambios comerciales. Alain Touraine sostiene que "en una sociedad post-industrial, los servicios culturales han reemplazado a los bienes materiales en el núcleo de la producción". La industria norteamericana del entretenimiento fue la que más creció en aquel país durante los años 90'. El sector específicamente cultural, representa más del 6% del PBI y emplea a 1,3 millones de personas en aquel país. Las exportaciones de su industria audiovisual -30 mil millones de dólares en 1997- constituyen el segundo rubro en los ingresos por exportaciones de los EE.UU.<sup>15</sup>.

En nuestra región, los datos más recientes que se conocen, son demostrativas de su creciente importancia económica y social. Tanto en Brasil, como en la Argentina, el conjunto de



las IC aportan cerca del 3% de sus respectivos PBI<sup>16</sup>. En Colombia y Chile aportan alrededor del 2%<sup>17</sup>.

La esfera de la producción cultural tiene, en nuestro país, escasa visibilidad como sector productivo propiamente dicho, aún cuando tiene un peso económico y social de importancia. Las IC producían el 2,9% del PBI (Producto Bruto Interno) a nivel nacional para el año 2000. Esto las equiparaba a las industrias de productos alimenticios y bebidas, superaba el producto de la industria automotriz de aquel año cinco veces y al de la industria textil siete veces<sup>18</sup>.

En la ciudad de Buenos Aires el sector duplica la incidencia económica que tienen, dado que producen el 6% del PBG (Producto Bruto Geográfico) de la ciudad de Bs. As.<sup>19</sup>. En cuanto al aporte que realizan a la generación de empleo a nivel nacional era de poco más del 2% para el año 2000<sup>20</sup>. De manera similar a lo que ocurre con la incidencia de las Industrias Culturales en el PBI, la participación en la generación de empleo en la ciudad duplica la que tienen a nivel nacional, alcanzando un 4 % del empleo total de la ciudad<sup>21</sup>. Ahora bien, veíamos como, en un desarrollo muy dinámico,

<sup>13</sup> Néstor García Canclini, "Latinoamericanos buscando lugar en este siglo", Paidós, Buenos Aires, 2002.

<sup>14</sup> Jeremy Rifkin considera que la propiedad más valiosa en esta era de la información "son las radiofrecuencias por las que transcurrirá una cantidad cada vez mayor de comunicación humana. Nuestras computadoras personales, los teléfonos móviles, radios y televisiones, todos dependen de las radiofrecuencias del espectro para enviar y recibir mensajes, fotos, audio, datos". (Rifkin, 2001: 9).

<sup>15</sup> "Las Industrias Culturales en el MERCOSUR: Incidencia Económica y Sociocultural, Intercambios y Políticas de Integración Regional", Secretaría de Cultura y Medios de Comunicación de la República Argentina, 2001.

<sup>16</sup> Son datos del año 2000, siendo el 3,2 % en el caso de Brasil y el 2,9% en la Argentina. Fuente: Industrias Culturales: Incidencia Económica y Sociocultural, Intercambios y Políticas de Integración Regional", Secretaría de Cultura y Medios de Comunicación de la República Argentina, 2001.

<sup>17</sup> En el caso de Colombia, es para el año 2001, incluyendo las actividades directas y conexas, el 2,008% del PBI. En Chile, el año 2000, el aporte de las actividades culturales es del orden del 1,8%. Fuente: Convenio Andrés Bello, "Impacto Económico de las Industrias Culturales en Colombia" e "Impacto de la cultura en la Economía Chilena", diciembre de 2003.

<sup>18</sup> Secretaría de Cultura y Medios de Comunicación de la Argentina, estudio "Las Industrias Culturales en el MERCOSUR: Incidencia Económica y Sociocultural, Intercambios y Políticas de Integración Regional", 2001.

<sup>19</sup> CEDEM (Centro de Estudios Metropolitanos), Secretaría de Desarrollo Económico del CGBA, año 1998.

<sup>20</sup> "Las Industrias Culturales en el MERCOSUR: Incidencia Económica y Sociocultural, Intercambios y Políticas de Integración Regional", Secretaría de Cultura y Medios de Comunicación de la República Argentina, 2001.

<sup>21</sup> CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico del CGBA, 1998.

los procesos de convergencia tecnológica y la creciente importancia económica y simbólica de las actividades culturales influyeron para que a partir de la década del ochenta se presentaran cada vez mayores articulaciones entre industrias y sectores a nivel mundial. Aquel proceso global de concentración se dio también en nuestro país al mismo tiempo que - en los años 90'- se producía una fuerte extranjerización de nuestras IC.

### La ciudad de Buenos Aires, su cultura y el contexto global.

Como veíamos, un sector creciente de la producción cultural esta industrializada, circula en redes transnacionales de comunicación y llega a la masa de los consumidores que, comienzan a recibir mensajes culturales des-territorializados.

Estos mensajes son potenciados a través de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías. Los espacios públicos de comunicación cultural se van desplazando cada vez en mayor medida hacia el consumo que las nuevas tecnologías y los medios de comunicación posibilitan en el ámbito doméstico.

Las ciudades son el actor que aparece revalorizado en este nuevo contexto mundial, generando identidades y valorizando "lo urbano" en sí, estableciendo nuevos circuitos de producción y consumo, insertadas en el mercado internacional. En el escenario internacional, los territorios con mas personalidad en el ámbito cultural son las grandes ciudades, proyectadas a nivel mundial, armándose un circuito entre éstas tanto a nivel producción como consumo. La tendencia actual se caracteriza por pensar no solo acerca del consumo cultural en las grandes ciudades, sino además y correlati-

vamente el consumo de la ciudad y lo urbano como producto cultural en sí mismo.

En este sentido, diversas ciudades europeas han enfocado planes estratégicos para sus ciudades poniendo como eje lo cultural, haciendo de la cultura el principal agente de cambio, locomotora de la transformación de una ciudad de servicios o post-industrial en una metrópolis del conocimiento. Ejemplos de esto son ciudades como Barcelona, Glasgow o Bilbao. Esta tendencia ha sido especialmente notable entre las ciudades industriales en declive que necesitaban desplazar la base de sus economías de la producción al consumo de servicios, así como la urgencia de la remodelación de sus estructuras urbanas<sup>22</sup>. En algunos casos -el de Glasgow por ejemplo- se ha aprovechado la oportunidad de ser elegida capital europea de la cultura para realizar esa profunda transformación urbana.

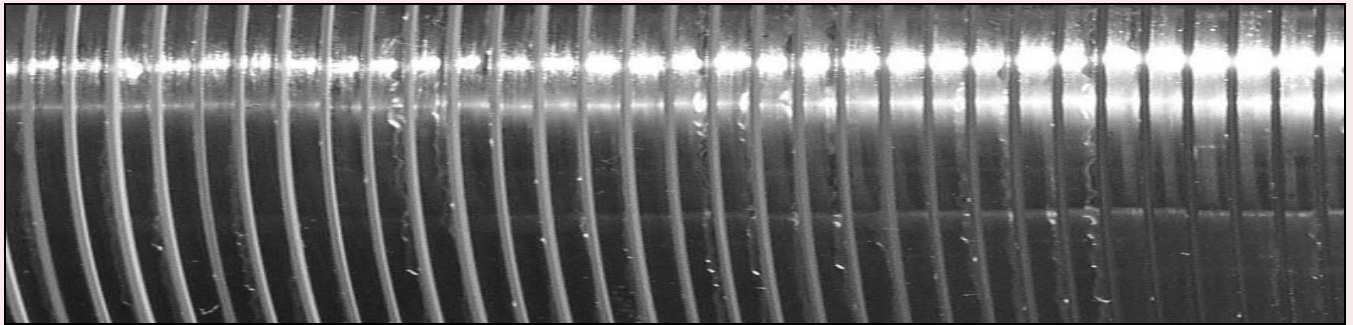
Buenos Aires tiene allí algunas ventajas comparativas. Es una ciudad en gran medida -especialmente en los últimos años - orientada a los servicios<sup>23</sup>, donde lo cultural tiene un peso social y económico de importancia. Muestra de esto es la incidencia de sus Industrias Culturales en el Producto Bruto Geográfico (PBG) y en el empleo de la ciudad. La articulación de las mismas con el turismo cultural y el diseño potenciarían aquel impacto dado que en conjunto estaríamos hablando -estimativamente- de más del 10 % del PBG y el 8% del empleo de la ciudad<sup>24</sup>.

Mas allá de los números, es indudable que la ciudad respira cultura, sus manifestaciones son múltiples: la incesante actividad teatral, la explosión de escuelas y estudiantes de cine, el crecimiento notable del diseño en los últimos años, la renovada vigencia del tango, por mencionar algunas de ellas.

<sup>22</sup> Luis Cesar Herrero Pietro, Departamento de Economía Aplicada, Universidad de Valladolid, en Portal Iberoamericano de Gestión Cultural, febrero de 2004.

<sup>23</sup> Las actividades productivas (industrias + construcción) pasaron de representar cerca del 20% del Producto Bruto Geográfico de la Ciudad en 1993 a menos del 15 % en el 2001. Fuente: CEDEM.

<sup>24</sup> "Cultura, Turismo y Producción", trabajo realizado por el CEDEM por encargo de la Secretaría de Cultura GCBA, junio de 2002.



La ciudad de Buenos Aires tiene un importante rol cultural en el contexto de América Latina. Es percibida como la más "europeizada" de las ciudades de América, su patrimonio arquitectónico, su diversidad cultural, su música son un recurso invaluable de atracción. Esto se ve reflejado en los resultados de una encuesta realizada por la Secretaría de Turismo<sup>25</sup> en donde se observa que cuando se les pregunta a turistas extranjeros con que identifican la ciudad, el 69 % responde: "Tango, fútbol y cultura".

¿Que ofrecemos como marca de identidad para ese mundo global?. Indudablemente el tango tiene una proyección internacional que debemos considerar para aquel esquema de globalización de las ciudades. Es difícil hallar en otras ciudades del mundo una relación similar a la que existe entre Buenos Aires y el tango, tal vez New Orleans y el jazz, Sevilla y el flamenco.

En Buenos Aires, a lo largo de más de un siglo, el Tango y la Milonga, más allá de altibajos, sigue siendo un componente central de nuestra identidad urbana. Este sentimiento persiste en la Ciudad y también ha seducido a numerosos extranjeros, que son atraídos al país para conocer y bailar el tango. Justamente, el VI Festival Buenos Aires Tango expresó al máximo esta vitalidad interna -170.000 participantes<sup>26</sup> - y el interés de los turistas -con alrededor de 5.000 visitantes extranjeros<sup>27</sup> - .

El tango como danza merece una especial atención, ya que

se registra un notable crecimiento de las milongas y centros de enseñanza<sup>28</sup>, adonde concurren jóvenes y mayores, porteños y extranjeros. Hay un fenómeno relativamente reciente constituido por el circuito de milongas que integra salones tradicionales, clubes barriales, junto con nuevos lugares con un público preferentemente joven.

También esta vigente su proyección internacional: de un relevamiento propio<sup>29</sup>, surge la existencia de más 30 festivales internacionales del tango en distintas ciudades del mundo; desde Japón hasta Canadá, destacándose el festival de Finlandia, que en Junio de 2003 reunió a un millón y medio de visitantes.

Se hace necesario reforzar en ese sentido políticas que afirmen esta proyección al mismo tiempo que permitan conservar y apropiarse del capital social y simbólico generado por el tango.

Por otra parte, analizando los potenciales mercados externos de nuestras IC, la industria cinematográfica es tal vez la mejor posicionada en el exterior en cuanto a imagen. Además de los logros obtenidos a lo largo de los años en distintas competencias internacionales<sup>30</sup>, las nuevas propuestas cinematográficas han ganado nuevos mercados, desplazando a la región latinoamericana como principal destino. En la actualidad, las películas argentinas se exportan principalmente a España, y también tienen buena llegada a otros países europeos y a los Estados Unidos<sup>31</sup>.

<sup>25</sup> Fue realizada en noviembre 2001 en diferentes lugares de la ciudad y en centros de información turística.

<sup>26</sup> En ésta sexta edición han participado más de 170 mil personas. Fuente: Programa Festivales de la Subsecretaría de Gestión e Industrias Culturales.

<sup>27</sup> Observatorio, en base a estimaciones de TangoData.

<sup>28</sup> De acuerdo a un relevamiento realizado por este Observatorio, en marzo de 2003, hay más de 100 milongas y/o centros de enseñanza de tango en la ciudad de Bs. As.

<sup>29</sup> Observatorio, a partir de un relevamiento realizado por Internet en marzo de 2004. Para datos del Festival de Finlandia, ver [www.tango-markkinat.fi](http://www.tango-markkinat.fi)

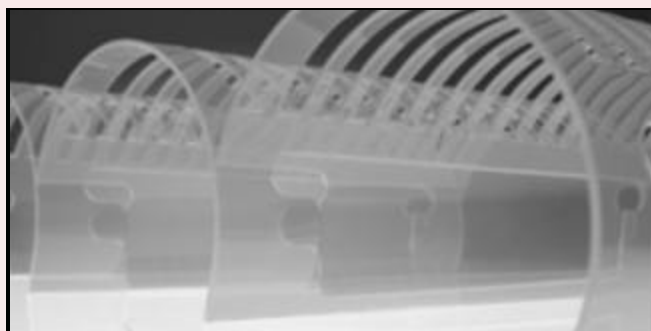
<sup>30</sup> Durante el año 2002, el cine argentino recibió cerca de 70 galardones en distintos festivales internacionales.

<sup>31</sup> Pablo Perelman y Paulina Seivach, "La industria cinematográfica en la Argentina: entre los límites del mercado y el fomento estatal", CEDEM, 2003.

En cuanto al sector fonográfico hay una gran tradición de exportación de nuestros artistas en diversos estilos. Un objetivo podría ser desarrollar la gran demanda que existe en Europa del tango. La música instrumental, electrónica, jazz fusión, folklore progresivo, etc, no encuentra barreras idiomáticas por lo que tiene mayores posibilidades de inserción en otros mercados. Para la producción con letras en castellano, Latinoamérica y -en menor medida- España, son potenciales mercados. En este sentido hay que considerar el buen grado de penetración del rock nacional, especialmente en Latinoamérica. Sería interesante desarrollar un esquema de exportación de productos independientes teniendo en cuenta estos potenciales mercados por género.

Un campo poco analizado, pero con buenas perspectivas es el del Diseño: "Buenos Aires es en América Latina, la capital creativa del diseño y las tendencias de modas e ideas de avanzada" señala Zoe Lazarus, experta británica en temas de tendencias en el diario inglés *The Observer*<sup>32</sup> Hay una explosión del diseño en la ciudad que se expresa en la creciente cantidad de carreras de diseño y de locales con diseño<sup>33</sup>, de la que el denominado Palermo Soho, es una buena muestra.

Tanta efervescencia diseñadora no tiene su correlato en las exportaciones, según el director de la maestría PyMES de la Universidad General Sarmiento<sup>34</sup>. Hay dice, un potencial exportador, pero todavía no es la tendencia general sino que son casos aislados. De estas posibilidades son demostrativas las crecientes exportaciones de diseño y creatividad argentina, favorecida por la situación post-devaluación. Es en general una exportación hormiga. De todas maneras, datos recientes están indicando un fuerte cre-



cimiento de las exportaciones de ropa argentina. En 2003, estas crecieron un 59,2%, según un relevamiento de la Cámara Industrial Argentina de la Indumentaria. En los primeros cinco meses de 2004, subieron otro 21,1%, estimándose para todo el año una cifra record de exportaciones de 54,2 millones de dólares. Si bien Chile sigue siendo el principal destino de la indumentaria local, se está haciendo lugar en Europa, Estados Unidos y en algunos mercados más exóticos como Japón o América Central<sup>35</sup>.

Según A. Lebediker, director del Centro Metropolitano de Diseño (CMD), uno de los secretos para colocar el diseño argentino en el exterior es apuntar a las economías de escala: "Buenos Aires no tiene posibilidad de desarrollar producción de escala masiva ni ser competitiva con Brasil pero sí puede ofrecer menos productos con más diseño".

Estas potencialidades de la producción cultural de la ciudad de Buenos Aires y del país requieren, para su desarrollo y consolidación, de políticas y estrategias adecuadas. Entre otras posibles, podemos señalar:

Establecer una mayor articulación entre el Estado y el sector productivo privado, para lograr entre otros objetivos, una más fuerte presencia de nuestra producción cultural en los mercados externos. Es particularmente impor-

<sup>32</sup> Diario "La Nación", 28/12/2003.

<sup>33</sup> La directora de la carrera de Diseño e Indumentaria Textil de la UBA refiere que "estudiar moda está de moda". Diario "Clarín", 4/1/2004.

<sup>34</sup> Ibidem.

<sup>35</sup> La Nación, 2 de agosto de 2004.

tante, el aporte del sector público en pos de ayudar a la presencia en las ferias internacionales de las empresas de la producción cultural -y que no están en condiciones por si mismas de lograrlo, ya sea por falta de medios como de información-.

Esta articulación entre el sector público y el privado, debe incluir, como actores imprescindibles, a los autores y creadores de la producción cultural, y, dada la necesidad de miradas abarcativas de la complejidad de las IC, a los sectores académicos preocupados por esta temática.

Favorecer la producción y la circulación intra-regional (MERCOSUR), a nivel de países y ciudades; con políticas en defensa del patrimonio cultural común, respetando la diversidad interna de la región.

Promover la generación de sistemas integrados de información de las IC en los organismos estadísticos públicos, y la consolidación de las estadísticas de los respectivos sectores en las cámaras, asociaciones y sindicatos del sector (se puede mencionar, como ejemplos de avances en ese sentido, los cuerpos estadísticos de la CAL, SICA ó CAPIF).

Redefinir un nuevo papel del Estado como responsable del interés público y del patrimonio multicultural colectivo y la diversidad cultural. En ese sentido, el sector PyMES de la producción cultural es un natural aliado para la posibilidad de supervivencia de la generación de nuestra propia producción simbólica frente a la creciente concentración global. Esto no significa "atrincherarse" en la propia cultura, sino potenciar la propia producción, para lograr situarse en posiciones menos desventajosas en relación con los países centrales y así escapar a la contradicción que señala Garcia Canclini: "se promueve un mayor comercio entre los países de América Latina



y de estos con las metrópolis, cuando estos países producen menos libros, menos películas y menos discos....y el deterioro de los salarios hace disminuir el consumo"<sup>36</sup>.

Esta estrategia de posicionamiento de la ciudad y el país a partir de su identidad y producción cultural, no debe confundirse con subestimar el mercado interno. Hay allí, un limitante estricto, que deviene de la fuerte caída de los ingresos en la Argentina en los años 2001-2002. En ese sentido, el consumo cultural es altamente elástico en relación a los ingresos. Es decir, es fuertemente dependiente de la mejora en la situación general de la población.

Este pensamiento estratégico es vital, en resumen, porque las Industrias Culturales se constituyen en un campo de disputa político, económico y de construcción de sentidos, que les otorga un lugar de creciente importancia social y económica y que, por tanto, hace imprescindible la definición de políticas públicas que permitan una orientación global del sector. ■

<sup>36</sup> Néstor García Canclini, "Opciones de políticas culturales en el marco de la globalización". En Observatorio De Políticas Culturales de Venezuela. Ver [www.innovarium.com](http://www.innovarium.com)

# Una reflexión en clave Latinoamericana<sup>1</sup>

Lluís Bonet i Agustí<sup>2</sup>

## Evolución de las relaciones entre economía y cultura.

Desde mediados de los años ochenta, buena parte de los discursos de los responsables políticos de la cultura, así como de muchos promotores culturales y artistas, introducen de forma creciente argumentos económicos para tratar de legitimar el papel de la cultura en la sociedad y defender la intervención pública de apoyo a la misma. Conceptos como coste, presupuesto, estrategia de mercado, demanda y oferta cultural, o financiación se entremezclan con los conceptos tradicionales utilizados en el mundo del arte: creatividad, innovación, comunicación o experiencia estética. La cultura, como cualquier otra manifestación humana está formada por un conjunto de objetos y manifestaciones (bienes y servicios en terminología económica), que ha sido necesario producir y distribuir para hacer llegar a sus receptores (público o clientes). Un concierto, un libro, un museo, una telenovela, una pintura o los objetos de artesanía popular son fruto de la imaginación y del trabajo creativo de una o diversas personas, pero son disfrutados (o consumidos) por los ciudadanos gracias a la existencia de circuitos de producción y comercialización.

Por esta razón, es muy difícil introducirse en el mundo de la gestión de los servicios, los equipamientos o los proyectos culturales sin disponer de una visión de la producción y los mercados culturales desde el prisma de la ciencia económica. Sin embargo, las herramientas tradicionales de la economía no bastan para explicar el comportamiento de los agentes culturales. Más allá del valor funcional de un bien o de un servicio cultural, cada producto cultural lleva implícito un valor simbólico y emocional distin-

to para cada individuo o comunidad cultural. Esto explica la existencia tanto de un mercado especulativo sobre las obras de los grandes maestros, como la defensa del patrimonio, la cultura tradicional o la creatividad por parte de los poderes públicos, así como la auto-explotación económica de muchos creadores o el arraigo de una comunidad a sus tradiciones por encima de la lógica del mercado. Estas particularidades o anomalías a las reglas habituales del comportamiento económico representan un reto importante para muchos economistas. Tal como dice Mark Blaug, "la economía de la cultura constituye un terreno de experimentación de la pertinencia de los conceptos económicos fundamentales".

Sin embargo, el propio concepto de cultura, sus límites en términos estadísticos y sectoriales, y en general, su uso por parte de la ciencia económica y de los economistas que han investigado este ámbito de actividad humana y económica, genera múltiples cuestiones.

## Problemas en la definición de cultura y de los sectores culturales.

El término "cultura", concepto polisémico por excelencia, proviene de la palabra latina homónima cultura. Etimológicamente, cultura tiene su origen en el término *colo*, palabra latina de raíces indoeuropeas -*k welo* (que existe aún en *inquilinus*, *inquilino*)- que significa habitar o cultivar, pero que también se utilizaba para designar el culto y honores que los hombres rendían a los dioses, pues el dios que habita en un lugar ejercía de protector natural del mismo. Entre las múltiples palabras que derivan de *colo* están *colonus*, el que cultiva en nombre del propietario una

<sup>1</sup> Fragmento de la Investigación realizada para la Oficina para Europa del Banco Interamericano de Desarrollo.

<sup>2</sup> Director de los Cursos de Postgrado en Gestión Cultural, Universitat de Barcelona

tierra, el habitante de una colonia, o percolo, reverenciar, honrar. A partir de la forma cult- se genera cultio, cultura y cultur que en sentido moral significan cultura, dedicación y civilización (de esta manera lo usan, por ejemplo, Cicerón o San Ambrosio), pero también puede ser forma de ser o de vestir.

En las lenguas románicas medievales el término cultura se utilizaba para designar la pieza de tierra cultivada, así como para describir el culto religioso. En época moderna se encuentra su significado primogénito clásico de cultivo de la tierra y el espíritu, culture des arts, de son esprit. Uno puede considerar que a partir de la segunda mitad del siglo XVII el sentido figurado de la cultura se incluye en el vocabulario cotidiano. Rápidamente el concepto se ampliará también en el campo de las letras, las ciencias y la formación del espíritu y las costumbres .

El concepto "cultura" puede ocasionar fácilmente confusión debido a sus múltiples definiciones e interpretaciones realizadas durante los últimos dos siglos, desde distintas perspectivas nacionales y sectores académicos. "El término cultura tiene una larga historia de significar cosas distintas para personas distintas" afirma Goodenough. Muchos pensadores, filósofos, antropólogos, comunicadores, sociólogos o psicólogos han preferido definirlo en oposición a otras realidades, la cultura como contrario de naturaleza, técnica o personalidad. Tylor, uno de los primeros antropólogos, definió cultura, el objeto de su ciencia, como "aquel conjunto complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, las leyes, las costumbres y cualquier otra aptitud y hábito adquirido por el hombre como miembro de la sociedad". Más reciente, otro antropólogo, Robert Borofsky, define cultura como la "construcción intelectual utilizada para describir (y explicar) un conjunto complejo de herramientas, emociones, ideas y comportamientos humanos."

María Moliner, en su diccionario de uso del español, después de definir genéricamente el término desde una doble óptica individual "conjunto de los conocimientos no especializados, adquiridos por una persona mediante el estudio, las lecturas, los viajes, etc.", y colectiva "conjunto de conocimientos, grado de desarrollo científico e industrial, estado social,

ideas, arte, etc., de un país o una época", sugiere la distinción entre cultura y civilización. El primer término se aplicaría al grado de perfeccionamiento social o de las relaciones humanas, mientras que el segundo se reservaría para el progreso científico y material. Por su lado, la vigésima primera edición del diccionario de la lengua española editado por la Real Academia Española junto a la acepción más clásica de cultivo y adquisición de conocimientos, recoge la moderna definición antropológica al definir cultura como el "conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época o grupo social".

En otros diccionarios hispanos contemporáneos encontramos definiciones que parten de la misma idea pero que integran una concepción más amplia y antropológica del término, acercándose al punto de vista dominante en la actualidad entre los especialistas en la materia. Así, en el diccionario del Institut d'Estudis Catalans el concepto de cultura es definido como "el conjunto de los conocimientos literarios, históricos, científicos o de otro carácter que alguien posee como fruto de su estudio, de lecturas, de viajes, de experiencias, etc."

Pero también se define como "el conjunto de saberes, tradiciones y formas de vida materiales y espirituales características de un pueblo, una sociedad o de toda la humanidad"

No obstante, más allá del punto de vista académico, las distintas sociedades occidentales incluyen dentro de su propia concepción de la idea de cultura elementos distintos, no siempre coincidentes. En los países anglosajones, arts and culture, los dos términos forman un mismo concepto, cultura tiene un significado restringido, vinculado al fenómeno de la creatividad literaria, plástica o de las artes escénicas. De esta forma, estos sectores artísticos, juntamente con la conservación del patrimonio, son los que han conformado tradicionalmente el mundo de la alta cultura. En Estados Unidos, los productos de la industria fonográfica y audiovisual, o el mundo de los espectáculos de Broadway, no forman parte del mundo de la cultura y las artes (y por ello con derecho a recibir subvención gubernamental), pues se incluyen en el sector del ocio y espectáculos, el mundo del Show business.



Solamente en medios académicos se empieza a utilizar a finales de los años noventa un nuevo término: arts sector. Concepto que pretende integrar tanto aquellas actividades culturales que forman parte tanto del circuito comercial, las que se mueven en el ámbito de las organizaciones sin afán de lucro, como las protagonizadas por los individuos de una forma voluntarista y amateur.

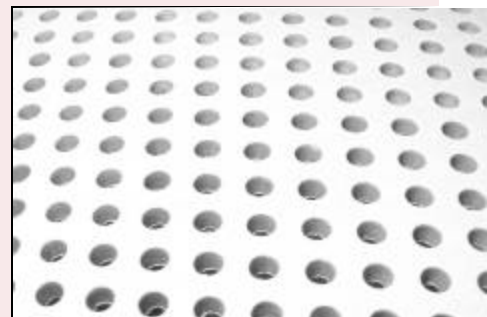
Esta concepción más integradora, de momento restringida al mundo académico, se aproxima mucho más a la utilizada tanto en los países germánicos como en los de cultura latina. Por ejemplo, para los germánicos el término kunts (próximo a la idea de arte) se diferencia de kultur (cultura en su sentido más amplio). Este último término coincide con volksgeist (alma o espíritu del pueblo), concepto introducido por el romanticismo alemán para designar la cosmovisión y idiosincrasia genuina que caracteriza a una nación.

UNESCO, la organización especializada en las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia, y la Cultura, se propuso encontrar, durante la década de los setenta, una definición del término Cultura común entre las distintas sensibilidades que conforman el planeta. Durante varias conferencias intergubernamentales organizadas durante la década de los setenta se avanza hacia una interpretación más amplia, en la lógica de la acepción antropológica del término. En la Conferencia intergubernamental de Venecia de 1970, UNESCO utiliza una concepción de la idea de cultura considerada más amplia: establece que la cultura no se puede separar del conjunto de elementos que conforman la vida diaria e incluye la cultura científica y técnica como parte del concepto de cultura. Dos años después, la Conferencia intergubernamental sobre las políticas culturales en Europa, celebrada en Helsinki, establece que "la cultura no es solamente la acumulación de obras y conocimientos que una élite produce, recoge y conserva para ofrecerla después,

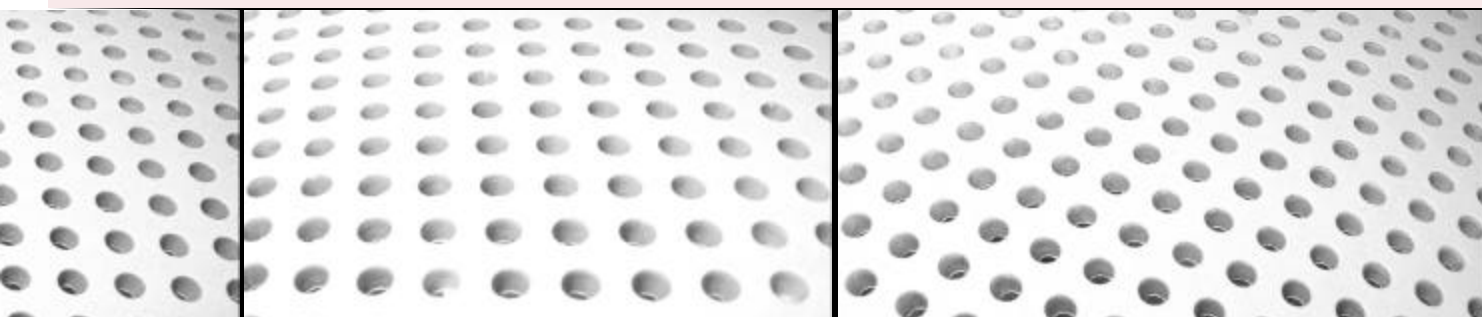
o que un pueblo rico en su pasado y patrimonio ofrezca a otros(...); la cultura no se limita al acceso a las obras de arte y humanidades,

sino a la adquisición de conocimientos, la exigencia en las formas de vivir, la necesidad de comunicación (...). No es un territorio a conquistar o a poseer, es una forma de comportarse en relación con mismo, con sus semejantes, con la naturaleza". Finalmente, en la Conferencia mundial sobre políticas culturales celebrada en Méjico en 1982, se establece y define el concepto de cultura. Primero, se decide poner énfasis en la idea de "culturas", en substitución a "cultura en singular, pues son fieles al paradigma de la "democracia cultural" y se pretende favorecer el diálogo entre varios sin prejuzgar preferencias. Para UNESCO, la cultura reúne el conjunto de interacciones del individuo con su entorno; cultura "es el conjunto de modas y condiciones de vida de una colectividad sobre la base de un sustrato común de tradiciones y saberes, así como las distintas formas de expresión y de realización del individuo en el seno de la sociedad".

Esta definición no terminó con la polémica terminológica, pues no resuelve los límites del concepto. Muchos estudios sobre el sector cultural deben empezar por definir su campo de trabajo. También persiste la diferenciación entre cultura artística, cultura humanística y cultura científico-técnica, que actúan como matices de lo que entendemos por cultura. Igual pasa con la alta cultura, cultura tradicional y cultura de masas. Es evidente, pues, que el concepto de cultura admite múltiples aproximaciones y dimensiones. Olivier Donnat, por ejemplo, en un







estudio sobre política cultural francesa, establece cuatro dimensiones básicas del campo cultural: dimensión estética, dimensión mercantil, dimensión informativa y educativa y la dimensión lúdica. Podríamos encontrar otras.

No obstante, la aparición y consolidación de la cultura de masas en substitución de la cultura popular tradicional, acompañada de un mayor desarrollo de la alta cultura, han transformado la aprehensión del concepto. El movimiento histórico que conduce a la sociedad de masas y que nace de desarrollo industrial, económico y democrático occidental relacionado con la revolución industrial, facilita la utilización de la cultura como instrumento de progreso en la escala social y como símbolo de distinción social. Pero la oposición actual no es entre cultura tradicional y alta cultura, es entre alta cultura y cultura de masas; en resumen, entre la herencia de la cultura clásica (trasmitida por la tradición intelectual y de producción fundamentalmente artesanal) y la producción y difusión de bienes y servicios que ofrecen la industria de la cultura y el ocio (difundida masivamente y producida en circuitos industrializados). La cultura destinada a ser consumida como los otros productos de consumo .

Aún así, no es fácil conocer los límites de cada uno de estos ámbitos; en especial cuando la cultura de masas, consumida por la mayoría de la población en los países occidentales, se ve tan influida por la alta cultura y por las culturas tradicionales de todo el mundo, al tiempo que se transforma a gran velocidad. El mismo avance tecnológico es responsable de la desaparición de fronteras. Según algunos autores, la difusión de la cultura a través de los Mass Media transforma la misma esencia de la manifestación cultural: "Su naturaleza está en los propios objetos modificados -rescritos, condensados, digeridos y reducidos a un estado de "pacotilla" por la reproducción o la conversión en imagen"; o "la cultura de masas

no es una forma degradada de cultura por su carácter de masas; lo es porqué los objetos artísticos heredados de la tradición son tratados por las lógicas de producción de la difusión masiva, bajo el objetivo de simplemente responder a una necesidad de ocio".

En este trabajo se utilizan dos acepciones del término. Por esto, cuando se habla de cultura de forma genérica, y con relación a las identidades, se entiende el conjunto de bienes patrimoniales, conocimientos, experiencias y formas de expresión y de vivir que implican una necesidad de comunicación del individuo respecto su entorno; es decir, un concepto próximo al definido en la Conferencia mundial sobre políticas culturales celebrada en México el 1982.

Por el contrario, cuando nos limitamos al análisis de la producción de bienes y servicios culturales, se utiliza una acepción mucho más restringida, que incluye únicamente a los nombrados sectores culturales. O sea, reúne fundamentalmente el audiovisual, la música, las artes escénicas, los libros, las artes plásticas y los bienes y servicios patrimoniales y la cultura tradicional. Según esta acepción, se expulsan, entre otros, aquellos servicios o actividades del sector del ocio, la tecnología o la información que no incorporen de forma clara un componente creativo o artístico (por ejemplo: los parques recreativos, la programación o servicios televisivos de tipo informativo, los deportes o el ocio, etc.); también se excluye la producción artesanal de objetos no artísticos, el diseño, la moda y la gastronomía, así como los procesos de post-producción y de producción de equipamientos o instrumentos para la práctica artística (desde los laboratorios de fotografía a los estudios de sonido, el sector de la alta fidelidad o el de los instrumentos musicales).

Algunos autores reúnen todos estos sectores bajo el término

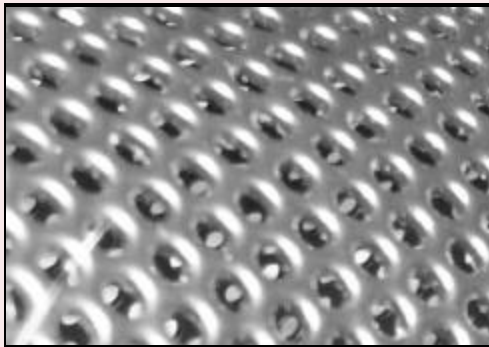
**Lluís Bonet**  
"el análisis económico de la cultura se nutre de una aportación muy interdisciplinar, como consecuencia de la confluencia de distintas ciencias sociales en este ámbito"

de "industrias culturales": "el análisis de la cultura estructurado alrededor del concepto de las industrias culturales (...) concibe la cultura, definida en términos de producción y circulación de sentidos simbólicos, como un proceso material de producción e intercambio que forma parte de -y de forma significativa son determinados por- los procesos económicos más amplios de la sociedad, con la que comparte muchas de sus formas. No obstante, la mayoría de autores limitan el uso del término industrias culturales a los sectores donde es posible la reproducción seriada: el audiovisual, el libro y los fonogramas. Ésta es la acepción que se utiliza en la presente investigación aunque reúne actividades propiamente industriales (producción y distribución de libros, vídeos, películas o fonogramas) junto con los servicios de radiocomunicación.

Finalmente, en el sector de los estudios de comunicación, es habitual utilizar el término "industrias de la cultura y la comunicación", concepto que se refiere a los medios comunicativos y las industrias culturales que permiten la reproducción seriada. Igualmente, a partir de los ochenta aparecen productos y empresas que integran varios sectores de la cultura y la comunicación, generando la aparición de un nuevo término: los "multimedia". El concepto se utiliza para definir un producto creativo que incorpora técnicas o soportes procedentes de varias industrias culturales, así como para describir la integración del negocio de los grandes grupos de comunicación en las actividades de la cultura y la comunicación.

1.3. Aportaciones del pensamiento económico al análisis de la cultura.

La ciencia económica no empieza a profundizar en el análisis de las formas de producción y de los mercados culturales hasta la década de los sesenta. Las escasas monografías publicadas con anterioridad, la mayor parte de ellas de carácter sectorial, aparecen como fruto de estudios puntuales o del interés de personalidades aisladas con experiencia o responsabilidad gerencial en este ámbito (empresarios de teatro o gerentes públicos, entre otros). No será hasta 1965 que un artículo del prestigioso economista estadounidense William Baumol, en colaboración con William Bowen, tendrá un gran impacto sobre los medios académicos y profesionales. En el mismo se analiza el carácter artesanal de las artes en vivo,



regresivas en términos de productividad del trabajo con relación a la producción industrializada donde la tecnología y la substitución de mano de obra permiten una reducción de los costes y los precios.

Este progresivo encarecimiento de las actividades culturales debe subsanarse según Baumol, bien con su revaloración por parte del público, aceptando pagar un precio más alto, o con ayuda gubernamental que cubra el déficit entre unos costes crecientes y una demanda incapaz de alcanzarlos. El impacto de este texto, junto a otros artículos contemporáneos de otros dos grandes economistas, Paul Samuelson y John Galbraith, generan un interés creciente hacia el análisis del sector cultural por parte de diversos economistas.

Durante los años siguientes, otros economistas de renombre como Gary Becker, en su estudio sobre el consumo de bienes adictivos o cuyo gusto aumenta con el tiempo, o Alan Peacock desde

el análisis de la elección pública, desarrollan distintos aspectos relevantes para el análisis económico de las artes, incorporando el comportamiento aparentemente anómalo de la cultura en los paradigmas tradicionales de la economía política. A partir de la década de los setenta la disciplina empieza a cohesionarse a escala internacional: se funda una asociación académica especializada; se inicia la publicación del *Journal of Cultural Economics*, el referente académico de la especialidad; y a partir de 1979 se empiezan a organizar los congresos internacionales de economía de la cultura. A inicios de la década de los ochenta la especialidad tiende a consolidarse y surgen numerosos especialistas en distintos países europeos, América del Norte, Australia y Japón.

Sin embargo, la inexistencia de una visión de conjunto sobre los problemas a investigar, natural en una especialidad emergente, explica los distintos enfoques y un cierto sesgo de las investigaciones hacia aquellos temas o cuestiones más candentes desde las respectivas realidades nacionales. Así, los estudiosos anglosajones, y muy en particular los norteamericanos, se interesaron inicialmente en el comportamiento de las artes escénicas (el problema de la inflación de costes de la producción artesanal estudiada ya por Baumol), el retorno a largo plazo de la inversión en pintura, o el funcionamiento del mercado liderado por entidades sin finalidad de lucro. Los autores europeos, y muy en particular los franceses, se interesan más en el estudio de las industrias culturales y en la incidencia del estado en los mercados culturales. Sin embargo, tal como sostienen Pierre-Jean Benghozi y Dominique Sagot-Duvaurox, el análisis económico de la cultura se nutre de una aportación muy interdisciplinar, como consecuencia de la confluencia de distintas ciencias sociales en este ámbito, y porque el interés de los actores públicos y privados por determinados temas influye en la financiación de estudios específicos sobre los sectores culturales. David Throsby, en un artículo de síntesis publicado en 1994 en el prestigioso *Journal of Economic Literature*, hace un buen repaso de los principales temas estudiados en las últimas tres décadas por distintas generaciones de economistas. ■

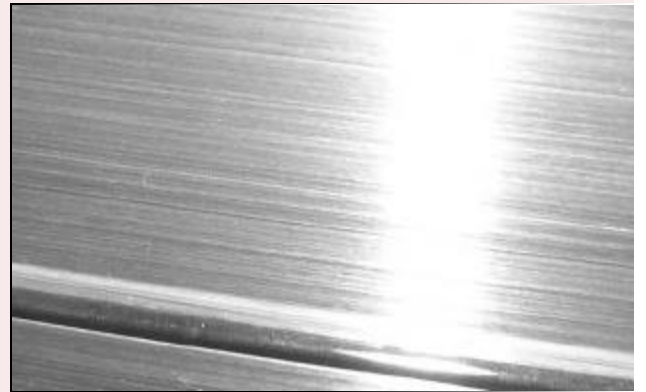
- BLAUG, M. [ed.](1976), *The Economics of the Arts*, London: Martin Robertson.
- ANDRÉ, J.; ERNOUT, A.; MEILLET, A. (1985), *Dictionnaire étymologique de la Langue Latine*, París: Éditions Klincksieck, pág. 132-33.
- De esta forma aparece definido por vez primera el concepto de cultura en un diccionario de lengua francesa: RICHELET, P., (1680), *Dictionnaire français Genève*; obra citada por BÉNÉTON, P.(1975).
- Ver, por su evolución en lengua francesa, BÉNÉTON, P. (1975) *Histoire des mots: culture et civilisation*, París: Fondation Nationale des Sciences Politiques, Travaux et Recherches de Science Politique, núm. 35.
- GOODENOUGH, W. (1989), "Culture, Concept and Phenomenon", FEILICH, M. [ed.] *The Relevance of Culture*, New York: Bergin & Garvey, p. 93
- CAUNE, J. (1995), *Culture et communication: convergences théoriques et lieux de médiation*, Grenoble: Presses Universitaires de Grenoble.
- TYLOR, E.B. (1971) [1871], *Cultura primitiva*, Madrid: Ayuso, p. 19
- BOROFKY, R. (1998), "Possibilitats culturals", UNESCO [ed.], *Informe mundial de la cultura 1998: Cultura, creativitat i mercat*, Barcelona: Centre UNESCO de Catalunya, p. 64
- MOLINER, M. (1992), *Diccionario de uso del español*, Madrid: Editorial Gredos, p. 841.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA (1992), *Diccionario de la lengua española*, Madrid: Espasa calpe, p. 624
- INSTITUT D'ESTUDIS CATALANS (1995), *Diccionari de la llengua catalana*, Barcelona: Enciclopèdia Catalana i Edicions 62.
- UNESCO (1970), *Informe general de la Conferencia Intergubernamental sobre los aspectos institucionales, administrativos y financieros de las políticas culturales*, Venecia: UNESCO.
- DUPUIS, X. (1991) *Culture et développement: De la reconnaissance à l'évaluation*, París: UNESCO/ICA, p. 22
- En este sentido es importante la reflexión de Paolo León en el tomo sobre economía de la cultura en Italia, LEON, P. (1994) "Cambiamento strutturale e crescita economica del settore culturale", BODO, C. [ed.], *Rapporto sull'economia della cultura in Italia 1980-1990*, Roma.
- DONNAT, O. (1988), "Politique culturelle et débat sur la culture", *Esprit*, núm. (novembre), p. 90-101.
- BOURDIEU, P. (1979), *La distinction: critique sociale du jugement*, París: Éditions de Minuit.
- Otra discusión más amplia sobre los diferentes tipos de cultura, ver BÉRRIO, J. (1990).
- CAUNE, J. (1995). Obra citada.
- GRAHAM, N. (1987) p. 25.
- Ver, por ejemplo, ZALLO, R. (1988), *Economía de la Comunicación y la Cultura*, Madrid: Akal.BAUMOL, W.J.; BOWEN, W.G. (1965), "On the Performing Arts: the Anatomy of their Economic Problems", *American Economic Review*, vol. 55, núm. 2, (May), p. 495-502. Una versión más amplia se publicará en forma de libro: BAUMOL, W.J.; BOWEN, W.G. (1966), *Performing Arts the Economic Dilemma. A Study of Problems common to Theater, Opera, Music and Dance*, Cambridge: MIT Press. Buena parte de los principales textos escritos en este período son recopilados por Mark Blaug en la obra anteriormente citada.
- BENGOZI, P.-J.; SAGOT-DUVAUROUX, D. (1995), "Les économies de la culture", *Problèmes économiques*, núm. 2422 (mayo), p. 19-29.
- THROSBY, D.C. (1994) "The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics", *Journal of Economic Literature*, XXXII, [March], p: 1-29.

## Los países latinos en la esfera pública transnacional<sup>1</sup>

Néstor García Canclini<sup>2</sup>

**Néstor García Canclini "La expansión económica y comunicacional propiciada por las industrias culturales no beneficia equitativamente a todos los países, ni regiones"**

El entrelazamiento de economía y cultura se ha vuelto un lugar común del pensamiento mundial. Las altas inversiones requeridas por la producción de las industrias culturales (cine, televisión, música, informática) y las ganancias espectaculares producidas en estos campos volvieron a las empresas de la cultura parte significativa de la economía global. Si la industria musical ya manejaba a mediados de la década de los noventa 40 mil millones de dólares cada año, 90% de los cuales se concentraban en cuatro grandes majors transnacionales, su importancia económica se acentuó en el último año con megafusiones entre empresas informáticas y de entretenimiento, como America On Line y Time Warner. Las exportaciones de la industria audiovisual constituyen el segundo rubro en los ingresos por exportaciones de los Estados Unidos. En este país el sector cultural, sobre todo por la producción y exportación audiovisual, representa el 6% del Producto Interno Bruto y emplea a un millón 300 mil personas. En Francia abarca más del 2,5% del Producto Interno Bruto y sólo los medios de comunicación dan trabajo a medio millón de habitantes (Warnier). No sólo en los países más desarrollados las industrias culturales se han vuelto clave para la expansión económica. Brasil, que ocupa el sexto lugar en el mercado mundial de discos, facturó 800 millones de dólares por venta de productos musicales, discos y videos durante el año 1998. En Colombia, se estima que el conjunto de las industrias culturales aporta 4,03 por ciento del PIB, valor superior a sectores importantes, como restaurantes y hoteles, o al valor agregado del principal producto agrícola del país, el café pergamino, que llega a 2,75 por ciento (Convenio Andrés Bello, Ministerio de Cultura de Colombia). Además de ser un factor significativo en el

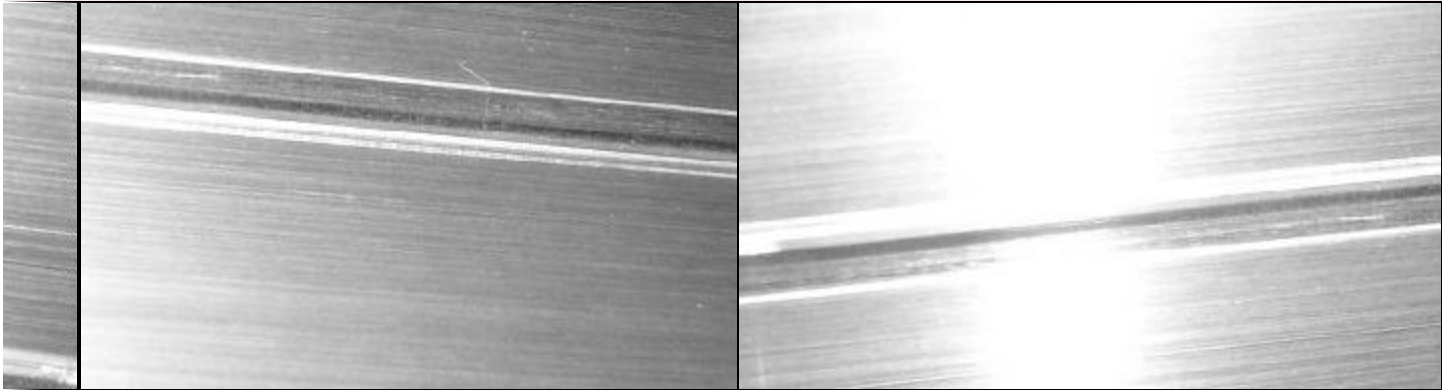


crecimiento económico, "la cultura da trabajo", como dice el título de un libro publicado en Uruguay sobre las funciones económicas de los bienes culturales (Stolovich y otros), y favorece el desarrollo de otras áreas - transporte, turismo, inversiones - al cualificar ciertas zonas o ciudades. Por estas razones, y por haberse convertido en principales actores de la comunicación dentro de cada país y entre las naciones, la radio, la televisión y el cine, los discos, videos e Internet adquieren enorme importancia para la cohesión social y política.

Este texto busca extraer algunas conclusiones de esta creciente interrelación entre economía y cultura con vistas a repensar el futuro posible de las regiones latinas dentro de la integración global. Para ello, es necesario distinguir en qué sentido la nueva articulación entre economía y cultura contribuye al desarrollo, de distinto modo en los países centrales y periféricos. Asimismo, debemos indagar en qué consiste lo específico de las comunicaciones entre Europa y América Latina, que no es una simple continuación de la histórica vinculación cultural entre

<sup>1</sup> Fragmento del trabajo publicado en la página de la Organización de Estados Iberoamericanos [www.campus-oei.org](http://www.campus-oei.org)

<sup>2</sup> Profesor investigador de la Universidad Autónoma Metropolitana, de México.



los países latinos. Una de las diferencias es que la interconexión entre sociedades latinoamericanas y europeas se da en el marco de intensas relaciones con el mundo angloparlante. Dada la brevedad de este trabajo, enunciaré brevemente cinco puntos estratégicos para avanzar en el tratamiento de estas cuestiones.

1. La expansión económica y comunicacional propiciada por las industrias culturales no beneficia equitativamente a todos los países, ni regiones.

Estados Unidos se queda con 55 por ciento de las ganancias mundiales, la Unión Europea con 25 por ciento, Japón y Asia reciben 15 por ciento y los países iberoamericanos sólo 5 por ciento. La desventaja económica más notoria, la de América Latina, que resulta de la baja inversión de sus gobiernos en ciencia, tecnología y producción industrial de cultura, condiciona la escasa competitividad global y la difusión restringida, sólo dentro de cada nación, de la mayoría de libros, películas, videos y discos. Es interesante correlacionar la distribución económica de los beneficios comunicacionales con la distribución geolingüística: el español es la tercera lengua mundial por número de hablantes, casi 450 millones si se incluyen los 30 millones de hispanohablantes en Estados Unidos.

Hay que destacar que la asimetría en la globalización de las industrias culturales no genera sólo desigualdad en la distribución de los beneficios económicos. También agrava los desequilibrios históricos en los intercambios comunicacionales, en el acceso a la información y los entretenimientos, y en

la participación en la esfera pública nacional e internacional. Puede decirse que, si bien la falta de empleo es el principal detonador de las migraciones, la decadencia del desarrollo educativo y cultural constituye también un factor expulsivo en algunos procesos migratorios intranacionales e internacionales.

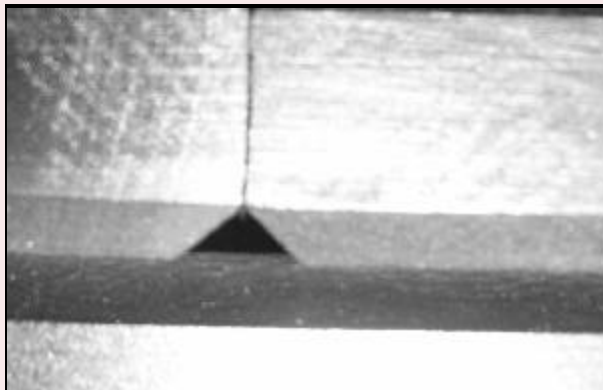
2. El predominio estadounidense en los mercados comunicacionales ha reducido el papel de metrópolis culturales que España y Portugal tuvieron desde el siglo XVII, y Francia desde el XIX, hasta principios del XX en América Latina. Sin embargo, el desplazamiento del eje económico y cultural hacia Estados Unidos no es uniforme en todos los campos. Dicho en forma rotunda: en tiempos de globalización no hay simple "americanización" del mundo.

Hay que cuestionar un lugar común de muchos análisis de la globalización: no se trata sólo de una "intensificación de dependencias recíprocas" (Beck) entre todos los países y todas las regiones del planeta. Por razones de afinidad geográfica e histórica, o de acceso diferencial a los recursos económicos y tecnológicos, lo que llamamos globalización muchas veces se concreta como agrupamiento regional o entre países históricamente conectados: asiáticos con asiáticos, latinoamericanos y europeos o estadounidenses, estadounidenses con aquellos grupos que en otros países hablan inglés y comparten su estilo de vida. Las afinidades y divergencias culturales son importantes para que la globalización abarque o no todo el planeta, para que sea circular o simplemente tangencial.

También observamos que algunas áreas de las industrias y del consumo son más propicias que otras para la globalización. La industria editorial acumula fuerzas e intercambios por regiones lingüísticas, en tanto el cine y la televisión, la música y la informática, hacen posible que sus productos circulen mundialmente con más facilidad. Las megalópolis y algunas ciudades medianas (Miami, Berlín, Barcelona), sedes de actividades altamente globalizadas y de movimientos migratorios y turísticos intensos, se asocian mejor a redes mundiales, pero aun en ellas existe una dualización que deja marginados a amplios sectores.

En cuanto a la supuesta "americanización" de todo el planeta, es innegable que un sector vasto de la producción, distribución y exhibición audiovisual es propiedad de corporaciones de Estados Unidos o se dedica a difundir sus productos: películas de Hollywood y programas televisivos estadounidenses son distribuidos por empresas de ese país en cadenas de cines y circuitos televisivos donde el capital predominante es norteamericano. Hay que prestar atención, asimismo, a la enérgica influencia de Estados Unidos en la ONU, la OEA, el Banco Mundial, el Fondo Monetario Internacional y en organismos de comunicación transnacionales, todo lo cual repercute a veces en beneficios para las empresas estadounidenses. El cabildeo ("lobbysmo") de las empresas y del gobierno estadounidenses viene

influyendo para que en países europeos y latinoamericanos se paraliquen iniciativas legales y económicas (leyes de protección al cine y el audiovisual) destinadas a impulsar su producción cultural endógena. No podemos olvidar el lugar protagónico de Nueva York en las artes plásticas, Miami en la música y Los Angeles en el cine. Pero sería simplificador sostener que la cultura del mundo se fabrica desde Estados Unidos, o que este país detenta el poder de orientar y legitimar todo lo que se hace en todos los continentes.



Europa mantiene una fuerte producción endógena, sos-

tenida en algunos países con políticas proteccionistas y controla gran parte de los mercados latinos. Empresas españolas, francesas e italianas se han apropiado de redes de telecomunicaciones, editoriales y canales de televisión en varios países latinoamericanos. En Brasil, los españoles ocuparon en 1999 el segundo lugar de las inversiones extranjeras con el 28 por ciento; en Argentina pasaron al primer puesto, desplazando a Estados Unidos.

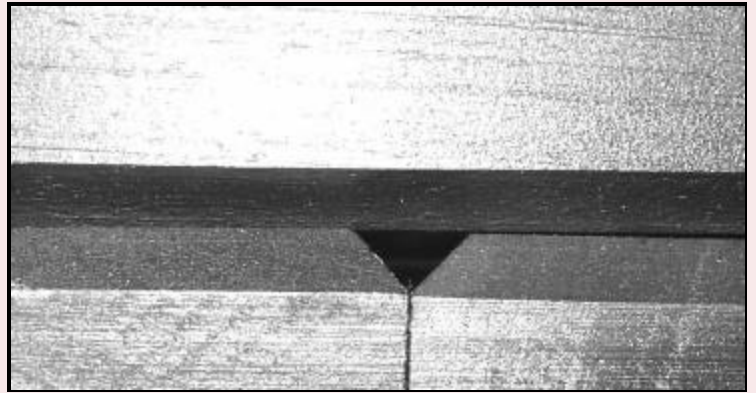
Por otra parte, si bien corporaciones estadounidenses gestionan amplios sectores de la comunicación masiva, es interesante comparar el poder de esas empresas con lo que ocurre en las audiencias. Los estudios sobre consumo musical revelan que en la casi totalidad de los países latinoamericanos no predomina la música en inglés, ni lo que algunos llaman "música internacional",

como unificación de lo anglo-americano y lo europeo. Sólo en Venezuela la música internacional alcanza el 63 por ciento del público. En Perú prevalece la chicha, en Colombia el vallenato, en Puerto Rico la salsa, en Brasil el 65 por ciento de lo escuchado proviene del conjunto de músicas nacionales, en tanto en Argentina, Chile y México la combinación de repertorios domésticos y de otros en español supera la mitad de las preferencias. Según explica George Yúdice, el sistema de comercialización y consumo "no puede ser explicado en términos de homogeneización ni tampoco de localización. La consolidación del sistema se logra articulando ambos aspectos" (Yúdice, 1999: 233).

3. Las industrias comunicacionales se han convertido en una de las zonas de mayor competitividad y conflictividad entre intereses públicos y privados, entre países desarrollados y periféricos, y aun entre modalidades diversas de desarrollo cultural, por ejemplo entre lo anglo y lo latino.

A medida que las grandes empresas privadas se apropiaron de la mayor parte de la vida pública, ésta ha experimentado un proceso de privatización, transnacionalización unilateral y desresponsabilización respecto de los intereses colectivos en la vida social. ¿Cómo elaborar políticas culturales que vinculen creativamente a las industrias culturales con la esfera pública de acuerdo con la lógica de la actual etapa de globalización e integraciones regionales? No nos sirven los esquemas conceptuales empleados en la época en que las relaciones internacionales se entendían en términos de imperialismo, dependencia y culturas nacionales con relativa autonomía.

En otra etapa del desarrollo de los mercados y de los Estados, a mediados del siglo XX, la importancia adqui-



rida por la radiodifusión como servicio social llevó a pensar este tipo de comunicación como modelo de una esfera pública de ciudadanos que deliberan con independencia del poder estatal y del lucro de las empresas (Garnham). En esos circuitos comunicacionales crecieron la información independiente y la conciencia ciudadana, se legitimaron las demandas de la gente común y se limitó el poder de los grupos hegemónicos en la política y los negocios (Keane).

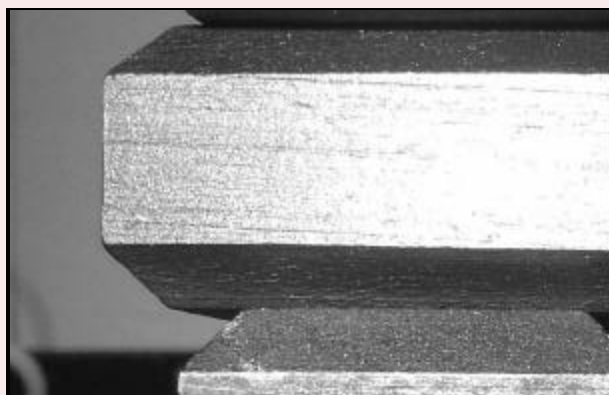
Desde hace dos décadas, el reordenamiento neoliberal de los vínculos entre Estado, empresas privadas y sociedad civil reduce cada vez más la esfera pública a la búsqueda del lucro privado. La deliberación ciudadana se disuelve, o enmascara, en programas que simulan la participación social, ya sea mediante el teléfono abierto o los talk shows. Es difícil que los empresarios privados, entregados a la simple lógica del mercado, asuman las tareas públicas de la comunicación y el desarrollo cultural. Además, la desresponsabilización respecto de las cuestiones públicas se agrava porque las políticas culturales de los Estados se ocupan de la cultura alta o "clásica", y no han desarrollado nuevas acciones respecto de la etapa de industrialización y transnacionalización comunicacional. Ni siquiera como agentes reguladores.

En muy pocos casos los Estados y los organismos supranacionales se interesan por representar los intereses públicos en estos campos. Su acción es indispensable para situar las interacciones comerciales en relación con otras interacciones sociales donde se gestiona la calidad de vida y que no son reductibles al mercado, como los derechos humanos, la innovación científica y estética, la preservación de contextos naturales y sociales. Sólo algunos documentos que ubican estos campos como "capital social" comienzan a imaginar

qué podrían hacer los órganos estatales y supranacionales (UNESCO, BID, Convenio Andrés Bello) a partir del reconocimiento de que el mercado es insuficiente para garantizar los derechos sociales y culturales, las reivindicaciones políticas de mayorías y de minorías (Kliksberg - Tomassini). A diferencia de la oposición realizada en otro tiempo entre Estado y organismos intergubernamentales, y por otro lado las empresas, hoy debemos concebir al Estado como lugar de articulación de los gobiernos con las iniciativas empresariales y con las de otros sectores de la sociedad civil. Una de las tareas de regulación y arbitraje que corresponde ejercer al Estado es no permitir que la vida social se reduzca a los intereses empresariales, y menos aún que los intereses empresariales se reduzcan a los de los inversores.

Hacer políticas culturales y de integración en medio de las nuevas formas de privatización transnacional exige repensar tanto al Estado como al mercado, y la relación de ambos con la creatividad cultural. Así como hace tiempo se rechaza la pretensión de algunos Estados de controlar la creatividad cultural, también debemos cuestionar la afirmación de que el libre mercado favorece la libertad de los creadores y el acceso de las mayorías. Esa disyunción entre Estado y mercado se muestra insostenible no sólo en relación con los productores de arte y comunicación, sino también con la manera en que hoy se concibe la creatividad sociocultural de los receptores.

Las teorías culturales y artísticas (Bourdieu, Eco) demostraron largamente que la crea-



ción cultural se forma también en la circulación y recepción de los productos simbólicos. Es necesario, entonces, dar importancia en las políticas culturales a esos momentos posteriores a la generación de bienes y mensajes, o sea al consumo y apropiación de las artes y los medios masivos. El Estado puede contrarrestar la segregación comercial producida en el acceso a los bienes y mensajes entre quienes tienen y quienes no tienen recursos económicos y educativos para obtenerlos y disfrutarlos. En una época en que la privatización creciente de la producción y difusión de bienes simbólicos está ensanchando la grieta entre los consumos de las élites y de las masas, no son suficientes las tecnologías avanzadas para facilitar la circulación transnacional y el consumo popular. El abandono de los Estados de su responsabilidad por el destino público, y la accesibilidad de los productos culturales, sobre todo de las innovaciones tecnológicas y artísticas, está agrando la brecha, la reestructuración desregulada y transnacional de la producción y difusión de la cultura neutraliza el sentido público de la creatividad cultural, así como el intercambio entre los países europeos y latinoamericanos. El volumen



que históricamente tuvo este intercambio entre los países latinos se empobreció al ceder el manejo de los mercados audiovisuales a empresas de origen estadounidense. Las preferencias aún visibles en los públicos por la música latina, que en otro tiempo se notaban también en el eco del cine europeo en América Latina, encuentran escasa oferta en las pantallas cinematográficas y televisivas actuales. ■

Lluís Bonet y Albert de Gregorio, "La industria cultural española en América Latina", en Néstor García Canclini y Carlos Moneta (coords.), *Las industrias culturales en la integración latinoamericana*, Buenos Aires, EUDEBA / México, Grijalbo, SELA - UNESCO, 1999, pp. 87 a 128.

Ulrich Beck, *¿Qué es la globalización?: falacias del globalismo, respuestas a la globalización*, Barcelona, Paidós, 1998.

Convenio Andrés Bello - Ministerio de Cultura de Colombia, *Un estudio sobre el aporte de las industrias culturales y del entretenimiento al desempeño económico de los países de la Comunidad Andina, Informe preliminar, Definiciones básicas pautas metodológicas y primeros resultados en Colombia*, Bogotá, noviembre de 1999.

Pierre Bourdieu, *La distinción - Critique social du jugement*, París, Minuit, 1979.

Enrique Bustamante y José M. Álvarez Monzoncillo, "Radiografía del audiovisual español", en *Producción Profesional*, España, septiembre 2000, pp. 34 a 48.

Umberto Eco, *Lector in fabula*, Barcelona, Lumen, 1981.

Néstor García Canclini, *La globalización imaginada*, México, Paidós, 1999.

Nicholas Garnham, "The Media and the Public Sphere", en C. Calhoun (ed.), *Habermas and the Public Sphere*, Cambridge, Ma. MIT Press.

John Keane, "Structural Transformations of the Public Sphere", en *The Communication Review*, 1 (1), San Diego, California, 1995.

Bernardo Kliksberg y Luciano Tomassini (comps.), *Capital social y cultura: claves estratégicas para el desarrollo*, Buenos Aires - México, BID, Fundación Felipe Herrera, Universidad de Maryland, FCE, 2000.

Jack Ralite, "¿Hacia un derecho de autor sin autor?", en *Le Monde Diplomatique*, México, No. 10, marzo - abril de 1998, p.11.

Enrique Saravía, "El Mercosur cultural: una agenda para el futuro", en Gregorio Recondo (comp.), *Mercosur. La dimensión cultural de la integración*, Argentina, Ediciones CICCUS, Colección Desafíos del Siglo XXI, 1997, pp.137 a 154.

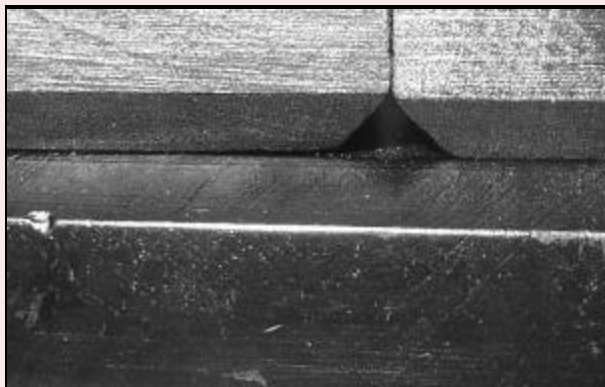
Luis Stolovich, Graciela Lescano y José Mourelle, *La cultura da trabajo. Entre la creación y el negocio: economía y cultura en Uruguay*, Uruguay, Fin de Siglo, 1997.

David Throsby, "The role of music in international trade and economic development" en UNESCO, *World culture report 1998: Culture, creativity and markets*, France, UNESCO Publishing, 1998, pp. 193 a 209.

Raúl Trejo Delarbre, "La internet en América Latina", en Néstor García Canclini y Carlos Moneta (coords.), op. cit., pp. 311 a 356.

Jean Pierre Warnier, *La mondialisation de la culture*, París, La Découverte, 1999.

George Yúdice, "La industria de la música en el marco de la integración América Latina-Estados Unidos", en Néstor García Canclini y Carlos Moneta (coords.), op. cit., pp. 181 a 243.



## La cultura como capital<sup>1</sup>

Octavio Getino<sup>2</sup>

Cultura y economía son dos términos que a lo largo de la historia marcharon por separado, como líneas paralelas que, aunque podían mirarse la una a la otra, parecieran estar condenadas a no reunirse nunca. Primero como concepto holístico, referido a las relaciones del hombre con la naturaleza, los dioses y los otros hombres, luego como idea de "alta cultura" o "artes elevadas", la cultura, o mejor dicho, las fuerzas sociales que asumieron en cada momento histórico su liderazgo, se resistió habitualmente a ser medida en términos cuantificables, como si la racionalidad no pudiera o no debiera inmiscuirse en los laberintos de lo intangible, de aquello que sería privativo de las emociones y el corazón. Esta fue una visión predominante a lo largo de muchos siglos, pese a que pensadores como Pitágoras afirmasen en su momento que todo lo existente sobre la tierra, incluida la música, es decir, el medio más emparentado a las emociones, podía ser estudiado y construido a partir de fórmulas matemáticas. O que figuras de la literatura, como el Quijote, dijera en algún momento, que cuando la razón se desprende del corazón termina en locura.

Pocos años atrás, me tocó proponer a un alto funcionario del Sistema de Cuentas Nacionales de mi país, la inclusión de la cultura y en particular, de las industrias culturales, en dicho sistema, como Cuenta Satélite, con el fin de poder contar con una medición macroeconómica y social de algunos campos de la cultura, el tiempo libre y el entretenimiento. El funcionario explicó que, aunque dicho proyecto le parecía importante pero muy difícil de llevarse a cabo: nadie, nunca, había ido a explicarle qué es cultura. En consecuencia no estaba claro ni el campo de medición, ni los indicadores para evaluarlo y, menos aún, las fuentes confiables que pudieran brindar la información y los datos requeridos.



Convengamos, que el tema es relativamente nuevo. Hace apenas dos o tres décadas que las nuevas constituciones nacionales aparecidas en los países de América Latina han osado introducir por primera vez, el término "cultura". Un avance sin duda, como lo fueron los primeros estudios que se llevaron a cabo en Estados Unidos y en Europa -a partir de los años 60 y 70 del siglo pasado- sobre la incidencia de algunas actividades artísticas y culturales en la economía y el empleo de grandes ciudades.

Quando nos referimos a este tema, estamos obligados a establecer campos de estudios con características particulares, a la vez que complementarias, porque ya no se trata de entender a la cultura en su sentido más amplio y holístico, sino en sus dimensiones más perceptibles, capaces de ser diseccionadas para su análisis científico. De lo contrario, la cultura se erigiría en una especie de panacea inalcanzable para la razón y el conocimiento. Valga en este punto una anécdota. En un debate sostenido en la Universidad de Nueva York tres años atrás, un investigador muy respetado en el campo académico regional, sostenía que resultaría imposible cualquier tenta-

<sup>1</sup> Ponencia elaborada para la ANEC, en la Asamblea Internacional de Economistas que tuvo lugar en La Habana, en febrero de 2004.

<sup>2</sup> Coordinador del Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires.

tiva de medir la dimensión económica de la cultura, porque al igual que las industrias culturales, ella está en todo el quehacer de los hombres. Simplemente, todo es cultura. Más aún, todas las industrias (manufactureras, alimentarias, aeroespaciales, bélicas, sin hablar ya de indumentaria y modas) son también industrias culturales. Lo cual es cierto, pero tan parcial, como la mitad de una fotografía.

Con el peligro de que si aceptara esta visión, no habría posibilidad alguna de acercamiento racional y científico al tema. Resultarían innecesarias la sociología de la cultura, la antropología de la cultura (entre otras ramas del conocimiento) y con más razón aún, la economía de la cultura. Si la cultura y las industrias culturales están en todas partes, ellas vendrían a ser algo así como el Creador mismo, si es que él existe. No se trataría ya de analizar, sino de creer en ellas o de tener fe. O, lo que es parecido, habría que proponer, antes que un estudio marcado por la racionalidad, una especie de teología de la cultura.

Lo cierto es que el crecimiento casi explosivo, verificado a lo largo del último tramo del siglo XX en materia de producción y mercados de las actividades, los servicios y las industrias culturales, hizo que, primeramente los grandes conglomerados del sector, realizaran significativas inversiones en el estudio de estos temas -incorporando no sólo a los economistas, sino a los antropólogos, sociólogos, sicólogos y artistas- con el fin de utilizar sus resultados, manejados siempre a nivel privado, en función de una mayor rentabilidad económica y de una más refinada explotación de los mercados. Con esto el capitalismo más inteligente en la consolidación de sus intereses, amplió la rentabilidad tradicional obtenida del tiempo de trabajo de las personas y lo extendió sobre el llamado tiempo de ocio o tiempo libre, que es donde operan principalmente las actividades, los servicios y las industrias culturales. Lo cual pudo permitirle aceptar una reducción de las horas de trabajo, siempre y cuando aprovechara, simultáneamente, las llamadas horas libres, que, en realidad, ya no serían tales.

La dimensión económica de estos campos de la cultura salta a la vista cada vez más a través de estudios e investigaciones realizadas por organismos intergubernamentales o por expertos de distintas procedencias. Por ejemplo, según el estudio realizado por el investigador español Lluís Bonet, el sector de la cultura y de la comunicación ha comenzado vivir una transformación casi tan radical como la experimentada con la invención de la imprenta. La aparición de equipamientos multimedia, la digitalización de los formatos así como los grandes logros en las tecnologías de telecomunicaciones, comportan un cambio radical en las formas de producción y consumo. El sector cultural pasa a ser visto como una actividad clave en las estrategias internacionales de dominio de los nuevos mercados de las telecomunicaciones y el ocio; este hecho provoca un proceso acelerado de integraciones empresariales verticales y horizontales, y de globalización de las estrategias de los grandes grupos empresariales del sector. (BONET, 2001)

A su vez, la Oficina para Europa del Banco Interamericano de Desarrollo, organismo que apenas una década atrás no tenía demasiado acercamiento a los temas de la cultura, sostenía hace sólo tres años que "Las industrias culturales tienen una función fundamental en la creación de los imaginarios individuales y de las identidades colectivas y constituyen uno de los vectores principales de expresión y diálogo entre las culturas. Sin embargo, hoy en día, estas empresas culturales de Europa y Latinoamérica ven amenazadas su independencia y la capacidad de reforzar su posición, debido al proceso de concentración y a la imposición de un modelo vehiculado por la mundialización de intercambios. Estas regiones corren el riesgo de ver la cultura sometida a las leyes del mercado, y sus productos convertidos en simples mercancías. Tanto aquí como allí, intelectuales, artistas, cineastas, escritores, músicos y editores, entre otros, se niegan a considerar esta realidad como una fatalidad."

Sea cual fuere el sistema político y económico en el cual se desarrollan las actividades, los servicios y las industrias culturales, ellas ocupan en nuestros días un lugar privilegiado en la economía, el empleo y en las políticas de desarrollo. Para la UNESCO, las cifras del año 2000 en el sector de las industrias culturales, indicaban que éste era uno de los de mayor crecimiento a escala mundial, estimándose que su facturación habría alcanzado en dicho período la suma de 831.000 millones de dólares, previéndose, además, que la misma se elevaría en el 2005, a 1,3 billones de dólares, lo que supone un crecimiento de 7,2% anual.

Si a ello se suma la facturación de las llamadas Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTCI) -recursos cada vez más interrelacionados con la cultura y el entretenimiento- la cifra ascendió en el año 2000 a 2,1 billones de dólares, con un crecimiento sostenido que se espera alcance el 50% para el año 2004. Facturación a su vez concentrada en las naciones de mayor desarrollo si se tiene en cuenta que un 65% de la población del mundo no ha hecho nunca una sola llamada de teléfono y que existen más líneas telefónicas en Manhattan que en toda el África subsahariana.

A estas cifras deben sumarse las que devienen de la función reproductora de capital que algunas industrias ejercen en el sistema económico global, particularmente las relacionadas con la promoción y publicitación de mercancías y servicios en general, impulsoras de pautas y comportamientos culturales, cuya incidencia económica, política y social ha incentivado fuertemente las demandas y el consumo de todo tipo de bienes y servicios.

En cuanto a la participación de las distintas regiones en la facturación mundial del sector, apenas entre un 10 y un 20% del total corresponde a los territorios que no están comprendidos en la Unión Europea y en los Estados Unidos. Es decir, al resto del mundo, dentro del cual se encuentra los países de América Latina y el Caribe. A su vez, tratándose de intercambios inter-

**Octavio Getino**  
"Cultura y economía son dos términos que a lo largo de la historia marcharon por separado, como líneas paralelas que, aunque podían mirarse la una a la otra, parecieran estar condenadas a no reunirse nunca."

nacionales, se constata para nuestra región una creciente pérdida de participación en las exportaciones mundiales. Mientras que en 1948 la presencia de latinoamericana en las mismas era del 11%, ella cayó al 6,7% en 1960 y al 4,8% en 1970 al 4,8 por ciento, para representar en 1986, apenas el 4,2 por ciento. En la actualidad, América Latina y el Caribe ocupan menos del 40% del espacio que tenían en las exportaciones mundiales de 1950, pese a que en los últimos años se ha producido una indiscriminada apertura de mercados a la participación de inversores privados y se dio comienzo a la desregulación de sectores básicos de la industria y los servicios (GUZMAN, 2001).

Pero atención con estas cifras, ya que su difusión pública pueden ser también objeto de intereses diversos. Es decir, de aquellos que tratan de mostrar una realidad objetiva, sobre la cual se pueda reflexionar para mejorar las políticas públicas de desarrollo, y también de quienes, como suele suceder en la función pública del sector cultural, enarbolan las mismas con el interés de que sus presupuestos no sólo sean incrementados, sino que también se jerarquice su labor por encima de otros sectores.

Los funcionarios culturales, internacionales o nacionales han encontrado de interés preguntarse por el peso de la cultura dentro de la actividad económica. El motivo parece ser no tanto analítico como pragmático: mostrar a los gobiernos que la cultura desempeña un papel importante en la vida económica, que genera empleos, que paga impuestos, que contribuye al equilibrio de la balanza de pagos, quizás con la esperanza secreta de que las autoridades económicas aumenten los presupuestos del sector. El arte y la cultura aparecen subordinados a la meta que importa a los políticos: la buena salud de la economía y, un poco a contrapelo de los que denuncian la subordinación de la cultura a los imperativos económicos, este argumento justifica la idea de que hay que medir el valor de la cultura en buena parte en términos de su función económica (MELO, 2001)

Además, el interés creciente de algunos organismos financieros internacionales por la dimensión económica de las actividades culturales, aparece guiada no tanto por el fortalecimiento de la propia cultura, como por valerse de la misma para mejorar la balanza de pago de los países y atenuar los índices de desempleo o exclusión y violencia social.

Hechas estas aclaraciones, agrego otra anécdota significativa para mostrar la carencia de información confiable que existe en nuestros países con relación a estos temas. Tiempo atrás, me tocó dar una conferencia en Buenos Aires ante más de un centenar de funcionarios y agentes de la cultura, a los que informé de los resultados de un estudio que hicimos sobre la incidencia de las industrias culturales en el Producto Interno Bruto. Aventuré, en un primer gesto, que dicha participación era de aproximadamente 8 mil millones de dólares por año. Nadie hizo la menor observación y todos los rostros permanecieron inalterables. Pedí entonces disculpas y rectifiqué la cifra, diciendo que ella ascendía en realidad a 18 mil millones de dólares. Tampoco apareció reacción alguna. Podía haber dicho 800 millones o 30 mil millones y nada, tal vez, cambiaría sus caras de póker. La carencia de información era total. Es indudable que de haber estado ante empresarios, funcionarios o profesionales de cualquier otra actividad económica, la reacción de los mismos hubiese sido totalmente distinta.

La responsabilidad de que esto suceda no es privativa de los agentes del sector cultural. Convengamos en este punto que tampoco la teoría económica incluyó en el pasado algún interés más o menos serio por la cultura. Los prohombres de la economía no hicieron sino proseguir la visión de los padres fundadores -Adam Smith y David Ricardo, sin ir más lejos- que, si bien advirtieron los efectos externos de la inversión en las artes, no consideraban que éstas tuvieran capacidad de contribuir a la riqueza de la nación, ya que, pensa-

ban, pertenecían al ámbito del ocio. Para ellos la cultura no era un sector productivo (PRIETO, 2002).

Sin embargo, algunos países tenían ya por entonces una antigua tradición de estudios de economía aplicada al campo de las artes, como lo prueba el trabajo sobre El arte y la economía, aparecido en la revista alemana Volkswirtschaftliche Blätter, en 1910. Pero transcurrió más de medio siglo para que algunos economistas norteamericanos comenzaran a aproximarse al estudio de la Economía de la Cultura, indagando en los procesos de la creación, producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales.

Tal vez, el punto de inicio de un creciente número de documentos y trabajos sobre el tema, fue el aparecido en los Estados Unidos en 1966, un estudio de los investigadores Willian Baumol y Willian Bowen, difundido como El dilema económico de las artes escénicas (Performing Arts: The Economic Dilemma) y que estuvo encarado desde una visión restrictiva de la cultura, limitada entonces a lo que en la tradición anglosajona abarca el concepto de "Artes", hermano de nuestro concepto de "Alta Cultura".

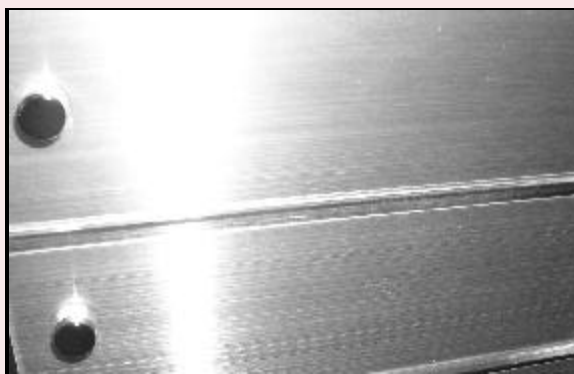
La obra estimuló trabajos semejantes en distintos ámbitos académicos, llevó a la creación de la Asociación Internacional de Economistas de la Cultura (Association for Cultural Economics International, ACEI) y a la aparición, en la Universidad de Akorn, del Journal of Cultural Economics, que se convirtió en la publicación de referencia para la nueva subdisciplina de la Economía. Antecedentes con los que pudo llevarse a cabo, en Edimburgo, la primera Conferencia Internacional en Economía de la Cultura.

El primer estudio oficial que se realizó en Europa sobre este tema, recién se habría llevado a cabo en 1984, para medir la relevancia económica de las instituciones culturales de Zurich. Fue encomendado por el Parlamento de dicha ciudad con el propósito de "justificar las subvenciones de la Opera, el Teatro Municipal, la Filarmónica y el Museo, desde un punto de vista económico" y estuvo centrado en dos temas principales: el porcentaje de la subvención que volvía a las arcas del Estado, de manera directa o indirecta, y las influencias que tenían estas subvenciones sobre la economía y el sector privado. Más adelante, otros estudios realizados en otras partes del mundo, fueron aún más allá, probando que la cultura no sólo era rentable para el sector privado, sino que el conjunto de sus actividades, producciones y servicios, representaba una importante fuente de recursos para las propias finanzas del Estado.

Pero no se trata de reducir el estudio de la economía de la cultura encarando solamente la incidencia de esta en crecimiento económico y del empleo o en lo que puede redituar para las arcas de Hacienda de un determinado país. Lo es también, y fundamentalmente, para los procesos de integración nacional y regional, además de lo que puede significar para la identidad y el autoreconocimiento de los individuos y las sociedades, sin cuya existencia, sería muy sospechoso hablar de un posible desarrollo.

Desafíos que, suponemos, habrán de ser asumidos a través de estudios interdisciplinarios, no tanto para una sumatoria de disciplinas con lógicas específicas y diferenciadas, como para construir marcos teóricos y metodológicos integrales y nuevos que se sitúen a la altura del objeto de estudio. El que, además, comporta dimensiones tangibles -relativamente fáciles de analizar gracias a la lógica de la economía y la estadística- e intangibles que requieren de instrumentos de análisis más complejos, por cuanto demandan de enfoques sociales, psicosociales, antropológicos y culturales. Una dualidad de campos de estudio que obliga a construir nuevas herramientas de conocimiento.

En este sentido, cabe destacar el enfoque de la cultura como producción mercantil simbólica. Tal como describe el economista uruguayo Claudio Rama, esta definición de la cultura remite a que la creación cultural no es sólo resultado de la acción humana en cuanto producción de valores de uso, sino



que aquella comienza a definirse como tal cuando dicha producción se ocupa de valores de cambio, objetos o servicios que los demás desean tener o utilizar y que se negocian en un determinado mercado. La creación es tanto un acto individual como colectivo, pero asume su significado cultural cuando ella es encarada por determinados segmentos sociales, cuando tiene un reconocimiento colectivo. Es en ese momento que

alcanza la categoría y la calidad de producto cultural y no meramente de acto creativo. Es el colectivo el que le da significación y dimensión a la creación individual, que a través de un mercado se enajena del creador y asume su rol como producto cultural (RAMA, 1999).

Con lo cual, cualquier aproximación sería desde la economía al estudio de la cultura, deberá replantearse muchos de los esquemas que pueden ser válidos para otras actividades económicas, pero que posiblemente no lo sean para un campo en el que la función principal es producir bienes inmateriales e intangibles, los que requieren de una estructura económica, industrial y tecnológica parecida a otras estructuras, pero a la vez distinta y poseedora de características específicas que no es fácil desentrañar.

Pese a la probada incidencia que las IC han tenido en esos y en otros campos del desarrollo regional, recién comenzaron a ser consideradas con alguna seriedad por parte de algunas políticas públicas y del campo académico, en la última década del siglo pasado. Hasta ese entonces, ellas fueron objeto de abordajes sectorizados y parciales (en algunas industrias más que en otras), de los cuales dieron cuenta numerosas investigaciones críticas en algunos campos académicos, y algunas legislaciones de regulación dispuestas para determinados sectores, las que, en los casos más representativos, se ocuparon también de la protección o el fomento industrial.

Una de las primeras tentativas de abordaje, no ya industria por industria, sino de verdaderos complejos industriales, fue el estudio que llevamos a cabo en el país a principios de los años 90, el Instituto Nacional de la Administración Pública (INAP), dependiente de la Presidencia de la Nación, que financió, entre 1991 y 1992, con la cooperación de UNESCO, el primer estudio sobre la dimensión económica y social de estas industrias, con el fin de mejorar las políticas y la legislación entonces existente (GETINO, 1995).

Asimismo, con el financiamiento de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) se realizaron en Argentina y Brasil estudios sobre la importancia económica de las industrias y actividades protegidas por los Derechos de Autor y Conexos en los países del MERCOSUR, encarados ambos con una metodología semejante y aportando datos y reflexiones para el conocimiento de la situación de las IC en la economía y el empleo regional.

En esa misma época, los países del Convenio Andrés Bello (CAB) diseñaron un proyecto de estudio sobre "Economía y Cultura", dedicado en su primera fase a la investigación de las IC, según la definición que había hecho la UNESCO de las mismas (radio, televisión, revistas, música, libro, prensa, cine y video). Este Proyecto inició sus trabajos a partir de

agosto de 1999 y contó con la participación de los ministerios y organismos responsables de Cultura de algunos países andinos, como Colombia, Perú, Chile y Venezuela. En su primer informe se sostenía que la ausencia de información confiable, adecuadamente recogida y sistematizada, es uno de los problemas para la definición de políticas públicas, planes de desarrollo y mecanismos de integración de las industrias culturales en América Latina. Recientemente fueron publicados los primeros resultados del impacto de las industrias culturales -y de algunas de ellas, en particular- en la economía de países como Chile y Colombia.

A su vez, la Reunión del Parlamento Cultural del MERCOSUR (PARCUM) aprobó en Montevideo, a finales de 1999, el auspicio y la promoción de un estudio sobre la incidencia económica y social de las industrias culturales para la integración regional, cuyos rasgos principales fueron asumidos meses después, en junio de 2000, durante la X Reunión de Ministros de Cultura de la región que tuvo lugar en Buenos Aires. Un año después se inició la etapa preparatoria del estudio, de tres meses de duración, durante la que se llevó a cabo la recopilación y el procesamiento de datos estadísticos, procedentes de Argentina, Brasil y Uruguay, sobre la incidencia económica y sociocultural, los intercambios y las políticas de integración regional. Por su parte, el Fondo Nacional de las Artes auspició en ese mismo año un primer abordaje sobre el aporte del arte a la economía nacional, a partir de las Cuentas Nacionales (FNA, 2001).

También en algunas ciudades de América Latina, como La Paz, Bolivia se hicieron trabajos semejantes, en este caso a cargo del Programa de Investigación Estratégica de dicho país, coincidiendo todos ellos en que las industrias culturales aparecen como un instrumento idóneo para fortalecer los procesos de integración económica, política y social, así como los de carácter cultural, basamento estratégico de aquellos.

Todo esto obliga a desarrollar estudios y políticas públicas y privadas capaces de abordar el campo de estas industrias, concibiéndolas como un "universo de producción y servicios culturales", dentro del cual coexisten y se complementan distintas "constelaciones", cada una de ellas con sus características y lógicas particulares, pero integrantes de un poderoso entramado donde la existencia de una está condicionada por sus interrelaciones con las otras.

Un seminario internacional organizado por la Organización de Estados Iberoamericanos (OEI) y el Consejo Nacional de Cultura de México se ocupó en marzo del presente año de analizar las relaciones entre industrias culturales y desarrollo sustentable, para extraer algunas conclusiones y propuestas que puedan ser trasladadas a la Reunión de Alto Nivel de Jefes de Estado de América Latina y la Unión Europea que tuvo lugar poco después. Son antecedentes y experiencias que quienes estén en el campo de la economía deberían tener en cuenta, con el fin de evaluar la posibilidad de aportar, desde lo específico del mismo, a la comprensión de un universo tan complejo y apasionante como es el de la cultura de nuestros pueblos, así como de los distintos campos que forman parte de la misma.

Se trata de volver a integrar las capacidades de la sociedad haciendo un esfuerzo desde cada disciplina, para comprender a las restantes y aportar en lo que le sea posible, al desarrollo y progreso de las mismas. Todo esto lleva a suponer que el estudio económico de la cultura constituye, como sostiene el economista uruguayo Luis Stolovich, dedicado precisamente a estos temas, "un gran desafío para la Ciencia Económica y para los diferentes marcos teóricos de la Economía. La Cultura, con sus innovaciones y con sus especificidades, no sólo exige elaborar un instrumental teórico y metodológico específico, lo cual ya de por sí es un desafío. Exige crecientemente un replanteamiento del pensamiento económico. Si estamos transitando hacia una "economía de la información" o hacia una "economía de la creatividad", desplazando al viejo mundo industrial de bienes tangibles por la producción de intangibles ¿no habrá que replantearse muchas de las teorías y enfoques del pensamiento económico? En tal sentido, la Cultura es un desafío para la Economía. Más aún, cabe plantearse si la Economía, como ciencia, es capaz, por sí misma, de responder a estos desafíos." (STOLOVICH, 2002).

Son temas que deberán responder tanto los economistas como los agentes más representativos del sector cultura. De la respuesta dependerá buena parte de la labor que actualmente se desarrolla en cada uno de estos campos.

Un dato final, que, aparentemente, no es anécdota, y que ilustra esta inquietud de los individuos por considerar de manera integrada sus imaginarios y proyectos, amalgamando capacidades tangibles e intangibles. Cuatro siglos antes de Cristo, los griegos habían creado una moneda de plata para el trueque de sus bienes y servicios, que se conocía como dracma, que heredarían luego los romanos. Dicen los historiadores, y pienso que puede ser cierto, que el tetradracma -equivalente a cuatro dracmas- tenía en una de sus caras la imagen de la diosa Atenea, o lo que es igual, la representación simbólica de las artes, la ciencia y la agricultura. Es decir, las tres "vísceras" principales de cualquier individuo y de cualquier comunidad (el sentimiento, el conocimiento y la alimentación). En la otra cara del tetradracma, aparecía el búho o la lechuza, símbolo de la sabiduría. Todas estas representaciones no hubieran existido, al menos en ese nivel, sino hubieran contado con un soporte material y tangible. En este caso, una moneda de plata, capaz de convertir valores simbólicos en valores de cambio. Un dato que nos retrotrae a los orígenes y que no debería ser ignorado por quienes aspiren a potenciar la dimensión integral de la cultura. ■

Bonet Agustí, Lluís, *Economía y cultura: Una reflexión en clave latinoamericana*, Oficina para Europa del Banco Interamericano de Desarrollo, Enero 2001.

Fondo Nacional de las Artes, Monice Glenz, Gustavo Rodríguez y María L. Elizalde, *El aporte del arte a la economía argentina*, Buenos Aires, 2001.

Guzmán Cárdenas, Carlos E., *Innovación y competitividad de las industrias culturales y de la comunicación en Venezuela*, OEI, Caracas, 2001.

Melo, Jorge Orlando, *Economía, cultura y mecenazgo*, en "Economía y cultura: La tercera cara de la moneda", Convenio Andrés Bello, Bogotá, 2001.

Prieto de Pedro, Jesús, *Cultura, economía y derecho: Tres conceptos implicados*, Universidad Nacional de Educación a Distancia, Madrid, 2002.

Rama, Claudio, *El capital cultural en la era de la globalización digital*, Arca, Montevideo, 1999.

Getino, Octavio, *Las industrias culturales en Argentina: dimensión económica y políticas públicas. Período 1981-1992*, Colihue, Buenos Aires, 1995.

Stolovich, Luis, *Diversidad creativa y restricciones económicas. La perspectiva desde un pequeño país*, Universidad de la República-Asociación Culturec, Montevideo, 2002.

## La densidad de las relaciones entre economía y cultura<sup>1</sup>

Por Germán Rey<sup>2</sup>

En su singular clasificación de los oficios, Adan Smith, una de las figuras centrales de la economía, incluyó las profesiones "sinuosas", que son aquellas en que sus productos se desvanecen en el instante mismo en que son consumidos. La taxonomía de Smith partía de la existencia de sectores improductivos de la economía, como la religión o las artes.

Esta idea de improductividad sobresaltó durante siglos a las realizaciones de la cultura. Incluso hasta ahora, algunos persisten en esa afirmación; la cultura sería mas costo que inversión, subsidio que realización productiva.

Sin embargo la apreciación ha ido variando de la mano de las transformaciones, por una parte, de las comprensiones de la cultura y de la otra, de las modificaciones de su incidencia en la economía de las sociedades. Centrada en las Bellas Artes, las humanidades o las raíces étnicas y folclóricas, la cultura se ha poblado de otros territorios: las nuevas tecnologías, el patrimonio tangible e intangible, la irrupción de otras estéticas o las industrias culturales.

Pero además un cierto carácter inefable de las manifestaciones culturales se fue transformando progresivamente, a medida que las sociedades se modernizaban. Numerosos productos culturales se insertaron en las lógicas comerciales, mientras se masifica-

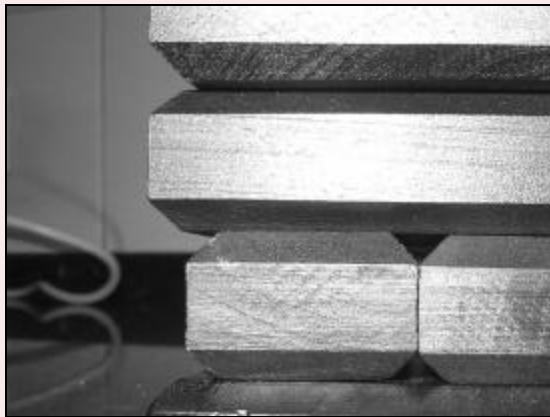
ban y adoptaban intrincadas estructuras industriales. De ese modo, las relaciones entre economía y cultura fueron cambiando dramáticamente, por lo menos en dos perspectivas: una, la industrialización de la cultura y otra, la consolidación del carácter cul-

tural de las prácticas económicas.

La industrialización de la cultura ha significado una conmoción de fondo en el panorama cultural, por lo menos, desde la segunda mitad del siglo XIX. La aparición de la radio, la televisión y las nuevas

tecnologías, la expansión de los medios escritos (libros, periódicos y revistas) y su convergencia intermedial, el auge del cine, el video y la publicidad, produjeron modificaciones radicales en la naturaleza, cobertura, sistemas de creación y formas de apropiación de las expresiones culturales. Inclusive manifestaciones más tradicionales, como las artes plásticas, la música, la danza o el teatro, recibieron el impacto de esta transformación, algunas con más implicaciones que otras. La música, por ejemplo, dio lugar a una de las industrias más poderosas, no sólo por la ampliación de su repertorio como por la invención de materiales de soporte y equipos de grabación y de reproducción. La danza encontró un sendero en su exhibición en la televisión o el video. La plástica de enriqueció con el ingreso de las nuevas tecnologías que hicieron valer rasgos propios como la instantaneidad, la interactividad, lo virtual o la expresión electrónica.

Poco a poco se fueron estructurando indus-



<sup>1</sup> Trabajo publicado originalmente por el Convenio Andrés Bello (CAB) en [www.cab.int.co](http://www.cab.int.co)

<sup>2</sup> Investigador de comunicación y cultura. Es Asesor general del proyecto de Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello



trías en sectores como el cine, la televisión, la música o lo editorial. Se fortalecieron empresas, aparecieron nuevos oficios, se diversificaron los mercados y las audiencias. La producción se racionalizó de tal manera, que todos los momentos de las cadenas productivas empezaron a operar bajo cuidadosos procesos de planeación y a través de mecanismos racionalizados de la creación. Una película, una serie de televisión o el lanzamiento de un libro, son el resultado del reconocimiento de su potencial comercial, sus nichos de mercado, la naturaleza y composición de sus audiencias.

Sin embargo hay algo que subiste de la "sinuosidad" de que hablara Smith o de la opacidad de la cultura de la que escribe Geertz, que hace que las expresiones de las industrias culturales no sean realizaciones completamente predecibles. Hay películas en las que se invierten presupuestos fantásticos y colapsan, mientras que un autor anónimo o una obra literaria rechazada puede convertirse en un fenómeno editorial sin antecedentes. La cultura se escapa por entre sus laberintos simbólicos, por entre su volatilidad y sus borrosidades, sintonizando con la sensibilidad en movimiento, con las construcciones cognitivas que se desplazan, con los paradigmas de conocimiento que cambian.

Como observaremos más adelante, estas características de racionalización, control y administración de la producción cultural, generan numerosas críticas referidas sobre todo a la homogenización, la estandarización y la pérdida de diversidad. Pero las industrias culturales, que en la acepción de la UNESCO son aquellas que están basadas en la creación, la diversidad de soportes, la masificación y los derechos de autor, crecieron junto a la revolución mundial de las tecnologías de la comunicación. Sin ella el sentido industrial de la cultura habría sido endeble y limitado. Pero no fue así. Los soportes variaron dramáticamente, las formas de reproducción se tornaron rápidas y eficientes, los sistemas de transmisión permitieron llegar hasta los lugares más recónditos y los instrumentos facilitaron la expresión múltiple de la creatividad. Numerosos inventos tecnológicos vinieron a renovar el paisaje cultural de una manera tan radical y profunda como en su momento lo hizo la imprenta. Pero no se trató simplemente de una convulsión de la tecnología sino especialmente de una conmoción de la cultura. Se generaron otros lenguajes, se promovieron otros

formatos, se posibilitaron fusiones hasta entonces desconocidas y se crearon rituales y prácticas de recepción nuevas.

Las tecnologías de impresión pero también de comercialización de los libros, los sistemas de grabación y de transmisión de la televisión, los mecanismos de digitalización, la unión de los computadores y las telecomunicaciones, el papel de la electrónica en la transmisión de imágenes y datos, la sofisticación de los aparatos de reproducción de la música, son algunos ejemplos de la convergencia entre cultura y tecnología.

La producción creó mercados de proporciones tan descomunales, que transformó a las industrias culturales en uno de los renglones más importantes de la principal economía del planeta, la de los Estados Unidos. En el 2001 las industrias culturales de ese país facturaron 791, 2 miles de millones de dólares y su aporte al producto interno bruto fue de 7,8 por ciento. Los ingresos por exportaciones de la industria cinematográfica norteamericana pasaron de 7,02 miles de millones de dólares en 1991 a 14,69 en el 2001. Los derechos de autor y la comercialización de la producción cultural son dos dimensiones centrales de las industrias culturales y a la vez de las relaciones entre economía y cultura. Una extensa jurisprudencia nacional e internacional preside los conceptos sobre los derechos de autor, que garantizan la retribución adecuada de los creadores, como también de las empresas que participan en la producción y en la circulación de los productos. La comercialización ha alcanzado niveles sorprendentes. Por una parte, se han conformado grandes grupos transnacionales que dominan los mercados del cine, los libros o la música, y por otra, se han aumentado las coberturas de una forma exponencial.

Las industrias culturales forman parte activa de la economía global. Pero existe una segunda variante de las relaciones entre economía y cultura. Es aquella que muestra las conexiones que hay en el fuerte sentido simbólico de la economía (Jacques le Goff demostró el sentido temporal de la noción y la práctica del crédito inventado por los comerciantes florentinos), la presencia de la cultura en los proyectos económicos y de desarrollo (que permiten hablar de la cultura como dimensión y fin del desarrollo) y los contextos culturales de las prácticas económicas ( que nos recuerdan, por ejemplo, que el consumo de bienes materiales se lleva a cabo de manera simbólica y bajo fuertes criterios de sentido).

**Germán Rey**  
"Adan Smith, una de las figuras centrales de la economía, incluyó las profesiones "sinuosas", que son aquellas en que sus productos se desvanecen en el instante mismo en que son consumidos. La taxonomía de Smith partía de la existencia de sectores improductivos de la economía, como la religión o las artes. Esta idea de improductividad sobresaltó durante siglos a las realizaciones de la cultura. Incluso hasta ahora, algunos persisten en esa afirmación; la cultura sería mas costo que inversión, subsidio que realización productiva".

### Los frutos de un proyecto

Desde hace años el Convenio Andrés Bello lleva adelante un Proyecto de Economía y Cultura que tiene una variedad de expresiones que ya empiezan a verse reflejados originalmente en sus libros. Un primer esfuerzo del proyecto ha sido estudiar el impacto de las industrias culturales en el PIB de varios países andinos y Chile.

La tarea ha sido a la vez difícil y estimulante. Difícil porque la información sobre el sector es, como se sabe, supremamente débil y desorganizada. Estimulante, porque el trabajo ha requerido estudiar los sectores, reconstruir sus cadenas productivas, revisar las clasificaciones en los instrumentos nacionales, allegar cifras de actividades como importación, exportación, empleo, piratería y derechos de autor, contrastarlas y depurarlas. Pero también se han construido varios escenarios económicos para confirmar su peso en el PIB, diferentes de acuerdo a la composición de los bienes y servicios culturales incluidos y con resultados que los lectores podrán apreciar claramente.

Entre los primeros volúmenes de la colección se encuentran el dedicado al estudio del "Impacto económico de las industrias culturales en Colombia", elaborado por varios equipos de investigadores y el referido al "Impacto de la cultura en la economía chilena", el primero promovido conjuntamente por el Ministerio de Cultura de Colombia y el Convenio Andrés Bello y el segundo por la Dirección de Cultura del ministerio de Educación de Chile ( transformada en el recién creado Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile) y el Proyecto de Economía y Cultura del Convenio.

Estos dos libros son, sin duda, una contribución fundamental al conocimiento del comporta-



miento económico de las industrias culturales en ambos países. Con varios puntos a su favor: la depuración y organización de las cifras y la definición de un modelo de sistematización y análisis de la información.

Pero además, con varios resultados que ya empiezan a tener efectos, como lo señaló en la presentación de los libros, la Ministra de Cultura de Colombia, María Consuelo Araujo. Los estudios comienzan a tener un impacto positivo en la definición de políticas culturales. Porque conocer y estudiar esta información significa tener una poderosa herramienta para definir rumbos, observar tendencias, encontrar dificultades para superar. En efecto, ya se empieza a saber cómo están los sectores, cuánto empleo generan, cuáles son sus índices de productividad; pero también cuánto pesa realmente la cultura en la economía, cuánto se invierte en ella, que tipos de reglamentaciones y de apoyos necesitan. Ya empezamos a tener brújulas.

Pero a estos dos volúmenes nacionales se agregan cuatro estudios más: la investigación sobre el "El impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas" promovida por Proimágenes, el Ministerio de Cultura de Colombia y el CAB y escrito por Luis Alberto Zuleta y Lino Jaramillo, "el Impacto del sector fonográfico en la economía

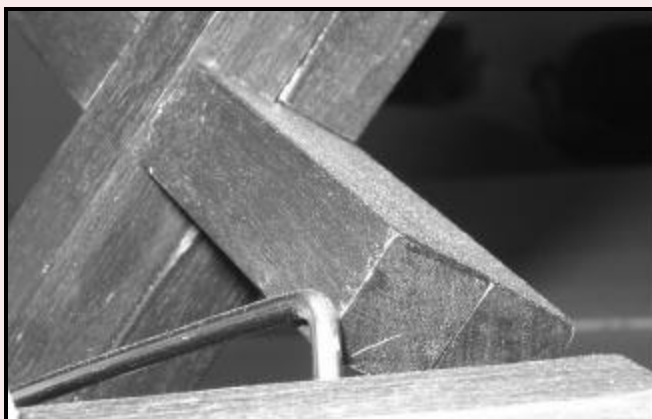
colombiana", promovido por ASINCOL y el CAB y con trabajo de investigación de Luis Alberto Zuleta y Lino Jaramillo, el "Impacto económico del patrimonio del Centro histórico de Bogotá D.C." promovido por la Corporación la Candelaria y el CAB y realizado por Zuleta y Jaramillo, y el estudio sobre el "Sistema jurídico de incentivos de la cultura en los países del Convenio Andrés Bello" escrito por Gonzalo Castellanos. Todos estos trabajos arriesgan modelos de análisis económico de los sectores culturales, acopian información, proponen interpretaciones que están ligadas a los propios significados del sector, como también a sus intersecciones con otras dimensiones del entorno económico y abren perspectivas para los desarrollos futuros. Como bien lo señaló la propia Ministra de Cultura de Colombia, el estudio del cine ya tuvo su influencia en la discusión y aprobación de la nueva ley del cine mientras que las estadísticas del libro, que han llevado adelante con tanto juicio entidades como la Cámara Colombiana del Libro y el CERLALC, han prestado un gran servicio para determinar los derroteros del Plan Nacional de Lectura, uno de los principales proyectos culturales del actual gobierno.

### Descifrar los datos

Todos los libros expanden su mirada analítica sobre las dinámicas culturales ligadas a la industrialización, pero sus rasgos no se perciben solamente en cifras, sino en lo que ellas dicen, presuponen, ocultan. Lo que hay detrás de los números son significados socialmente compartidos, huellas de imaginarios sociales que se recrean en la música, las imágenes, los objetos interactivos o los libros, sentidos aportados por las audiencias que se manifiestan en sus preferencias, en sus gustos y en sus usos. Son las líneas de nuestra identidad, de nuestra memoria en construcción, de nuestras expectativas como colombianos y colombianas. Sólo que aquí se hacen a partir de la imaginación y el debate de las ideas, del goce y el barroquismo de nuestras imágenes.

Las huellas de la cultura, que permiten transitar estos

estudios, hacen visibles e invitan a pensar y repensar las relaciones entre economía y cultura en los contextos de nuestros países.



Contextos que no son islas, sino que por el contrario, forman parte de sociedades globales, en las que ya es un hecho la mundialización de la cultura, como también los movimientos de profundización de las identidades y la participación de lo local; por eso, los datos contrastan nuestras realidades de cara, por ejemplo, a los procesos de negociación de tratados de libre comercio, ya sean bilaterales (como los que

están en curso con los Estados Unidos) o multilaterales (como el ALCA o las discusiones en la ONPI, la UNESCO, o la OMC).

Porque la cultura cuenta en las cifras, pero sobre todo en los procesos. Los de identidad e interculturalidad, los de diversidad y ciudadanía culturales. En otras palabras: es preciso reconocer el valor social de la cultura, su potencial de afirmación democrática, su espacialidad para el contraste de lo diverso. Sin confundir libre comercio con integración, sin desconocer las asimetrías que también se viven en la cultura para no negociar ingenuamente y sin echar a un lado las afirmaciones propias frente a los intereses de las grandes compañías transnacionales.

Estos estudios, facilitan, a su vez, considerar que los bienes y servicios culturales no son simplemente mercancías y que no pueden, en ningún caso, ser tratadas como tales.

Que una película pone a prueba nuestros sentimientos y nuestras maneras de pensar, que un CD de música expone nuestras sensibilidades y nuestros énfasis cognitivos y que una comedia de televisión muestra mucho de nuestras regiones y de nuestras particularidades. Y que lo que se requiere, como sostienen los miembros de la Coalición por la Diversidad Cultural, no es menos comercio sino



mucho más, siempre que éste se entienda como intercambio y no simplemente como oferta unilateral, como equilibrio justo y no solamente como mercado para los productos de los países que tienen industrias más desarrolladas. Es necesario que los libros de escritores chilenos que se venden en las mesas de las librerías de Santiago se puedan comprar también en Colombia o en Bolivia, que las películas que se distribuyen en los cines de nuestros pueblos sean además de las de Hollywood (que componen infortunadamente el 98% de la pantalla), las iraníes, brasileñas, cubanas o alemanas, que la música que circule sea lo más diversa posible y que los libros que se lean no obedezcan únicamente a los rígidos criterios de rentabilidad de las empresas editoriales transnacionales sino a los itinerarios críticos del pensar o del imaginar.

Las páginas de estos libros muestran algunos de los debates más candentes en las culturas de nuestros días. Las tensiones entre culturas globales e identidades locales, entre estandarización comercial y narrativas propias, entre influencia de las empresas transnacionales y oportunidades de desarrollo de las industrias nacionales y de las empresas culturales independientes. Pero también abren muchos interrogantes sobre los caminos de la creativi-

dad en nuestras sociedades, la importancia de los soportes tecnológicos y sus implicaciones en la expresividad, las posibilidades de equidad para que la información, el conocimiento y la cultura no se agreguen a los motivos de las desigualdades que proliferan desgraciadamente en nuestros países. Mas allá de los datos están las discusiones sobre el papel renovado del Estado en la promoción de la cultura, la presencia de la iniciativa privada, el sentido de los esfuerzos asociativos de muchos creadores o los rumbos que deberían trazarse los centros de formación artística.

Es importante observar que el proyecto de Economía y Cultura del Convenio Andrés Bello, a cuya vitalidad se debe en buena parte, la producción de estos estudios, lo ha logrado asociándose a países, instituciones y sobre todo a muchas mentes abiertas. Muchas otras realizaciones vienen en camino. El Proyecto también transita por el estudio de las repercusiones sociales de la cultura, el análisis de la gestión de políticas culturales en diversos países, la formulación de cuentas satélites de cultura, el seguimiento de la presencia de la cultura en las negociaciones de los Tratados de libre comercio y en el ALCA, el reconocimiento de mejores prácticas en el campo del emprendimiento cultural y la exploración de casos con-

cretos con capacidad generalizadora, como por ejemplo, el peso económico de fiestas y carnavales o las relaciones entre cultura y convivencia en ciudades de nuestro continente.

La sinuosidad a la que se refirió Adan Smith, uno de los padres fundadores de la ciencia económica, pertenece a ese sentido múltiple, creador y densamente social de la cultura. De ese sentido es que buscan hablar los seis primeros libros de un Proyecto que se ha internado, desde las realidades de nuestros países, a las ricas y provocadores relaciones entre economía y cultura. ■

## BREVES

### Proponen crear una ley de mecenazgo

No existe en la Argentina una ley de mecenazgo que aliente y regule el apoyo económico de empresas privadas a los artistas y los proyectos culturales. Con el objeto de analizar los efectos de esa ausencia, el Consejo Argentino de Relaciones Internacionales (CARI) realizó el "Primer Encuentro sobre Incentivos Fiscales para el Desarrollo de la Cultura".

En la reunión se reseñaron las experiencias de Brasil y Chile, que ya cuentan con normas reguladoras de los aportes de dinero de privados a las artes.

"Traigo un mensaje del ministro Gilberto Gil -arrancó Sergio Luis de Carvalho Xavier, secretario de Fomento e Incentivo a la Cultura de Brasil-: la ley de incentivo debe ser entendida como un instrumento estratégico para un país. No está en un escalafón menor, debajo de lo económico o lo social. Es el centro del desarrollo, crea trabajo e identidad". Brasil implementó hace dos décadas una ley con la que el año pasado se recaudaron 20 millones de dólares de privados. A los empresarios les significa deducir hasta un 4% del impuesto a las ganancias.

La experiencia de Chile no fue tan exitosa. Uno de los puntos de la ley de ese país que se señalan como errores es el que establece multas y penas de prisión al donante que "reciba una contraprestación de parte del artista financiado". El resultado, según la representante chilena de Patrimonio Cultural, Cecilia García Huidobro, es que luego de algunos casos ambiguos en que hubo denuncias, "ya nadie quiere volver a donar".

En el encuentro se trazaron algunas recomendaciones para elevar a los legisladores argentinos, basadas en "la experiencia recogida en otros países". Se proponen, por ejemplo, incentivos fiscales y la creación de un consejo evaluador que decida por aquellos proyectos que ayuden a consolidar identidad y desarrollo.

*Natalia Páez. Diario Clarín. 2004/08/15*

# Economía e industrias culturales<sup>1</sup>

Ministerio de Cultura de España

La definición tradicional de cultura ha discurrido siempre por terrenos cualitativos.

Para algunos estudiosos como Taylor, cultura es aquel todo complejo que incluye el conocimiento, las creencias, el arte, la moral, el derecho, las costumbres y cualesquiera otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre en cuanto miembro de la sociedad. Se trata, en este caso de una perspectiva holística, inaccesible desde el mundo unidimensional que representan las cifras que son propias de un análisis cuantitativo, como el que exige todo enfoque económico-político del tema.

Con todo, el encuentro de dos ideas aparentemente irreconciliables -cultura y cifras- no es en absoluto imposible. Ya Pitágoras propugna una filosofía en la que el universo, la naturaleza y el hombre se explicaban en fórmulas matemáticas. La música, quizás una de las artes más directamente vinculadas a lo emocional e intuitivo del hombre, se expresa y se resume numéricamente, como el propio Pitágoras se ocupó de demostrar.

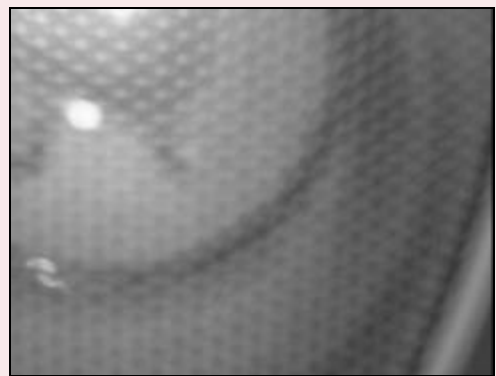
En el siglo XIX se produce la eclosión de dos disciplinas que, refiriéndose a un objeto cualitativo, utilizan métodos cuantitativos en su descripción: son la Economía y la Sociología. Figuras como Durkheim o Marshall simbolizan una línea de pensamiento que no se resigna a explicar una realidad humana partiendo de las cifras. La figura de Bertrand Russell, filósofo y matemático, es la cumbre en el acercamiento de los dos extremos que considerábamos tan distantes.

Aun así, la realidad cultural se resiste a ser reducida a cifras, sobre todo a causa de un prejuicio intelectual, casi atávico. Cualquier actividad humana imaginable -la agricultura, el comercio, la industria, la

minería- ha sido y es objeto de un profundo y extenso tratamiento estadístico, algo que tan solo parcialmente ha comenzado a llevarse a cabo en el terreno de la cultura.

Desde hace unos años, primero en círculos académicos (Univ. de Akron, Ohio, publicado en la revista "Journal of Cultural Economics" desde 1978) y después en instancias políticas e incluso en los medios de comunicación, se empieza a percibir, cada vez con más claridad, la importancia económica de la cultura. La cultura tiene, como cualquier actividad humana, una dimensión económica por sí misma. Pero en este caso, se trata de una actividad que proyecta considerables repercusiones sobre otros sectores económicos. El sector cultural, ya sea como potenciador -junto con la educación- del capital humano de toda la sociedad, ya como catalizador de otras actividades, como el turismo, genera incontables economías externas. Muchos núcleos de población giran en torno a la existencia de un monumento o a la celebración de un acontecimiento cultural. Algunos incluso sobreviven gracias a ello.

En el plano de las macromagnitudes referidas a la cultura, ellas representan, por ejemplo, la dimensión y el volumen del empleo,



<sup>1</sup>Fragmento de "La Cultura en cifras", Ministerio de Cultura de España", 1996.

el gasto cultural (público y privado), la balanza comercial, etc.

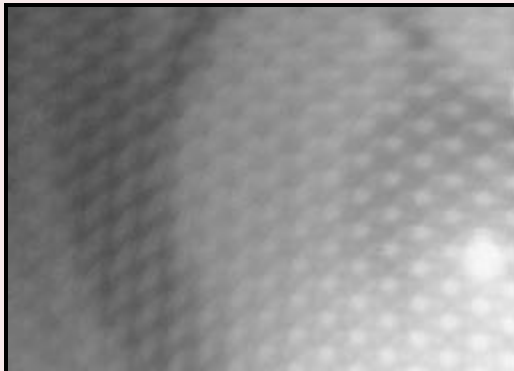
El análisis del tema lleva a escindir industrias, servicios y actividades culturales, como elementos complementarios del sector cultural. En el caso de las industrias, estas se diferencian esencialmente por el carácter de producción en serie y las estrategias de tipo económico que las anima, mientras que en los servicios predomina la finalidad de desarrollo cultural, adoptando la forma jurídica de servicios o entidades públicas, y en las actividades, cabe destacar aquellas que pueden ser programadas o improvisadas, permanentes o episódicas, a cargo de sectores de la propia población.

Dentro de los servicios consideramos las bibliotecas, los museos, archivos, artes escénicas y musicales, artes plásticas o visuales, protección del patrimonio, enseñanza artística y cultural.

Existen obvias dificultades teóricas para un enfoque integral del tema. Dificultades de medición de un sector con progresiva internacionalización y creciente relación con otros (telecomunicaciones, educación ocio, información, etc.)

Los aspectos económicos más globales de las magnitudes culturales pueden referirse directamente al coste de la financiación pública de la cultura, al gasto particular en consumos culturales, al creciente peso específico del mecenazgo, al volumen de las industrias culturales... Pero también deben tenerse en cuenta otros enfoques, igualmente generales, como los que se refieren al empleo generado o al turismo inducido por la cultura.

En el estudio del Ministerio de Cultura de España, sobre la cultura en cifras, se utilizaron como fuentes, algunas de carácter general, como encuestas (de comportamiento cultural, de equipamientos, prácticas y consumos culturales, y mapas de infraestructuras, operadores y recursos culturales, realizadas entre 1978 y 1994). Otras fuentes fueron específicas, como la Encuesta sobre comportamiento en



relación con las Bellas Artes, base de datos de la Filmoteca Española y del Instituto de Cine, recursos musicales y recursos teatrales del Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música, Panorámica de la edición de libros de la Dirección General del Libro, Archivos y Bibliotecas, etc. Otras fuentes: encuestas sociológicas, datos de comercio exterior, estadísticas del Banco de España, etc.

### Macromagnitudes

**Empleo:** Por rama de actividad (activos, ocupados, desempleados), por ocupaciones, locales y personas ocupados, distribución por ocupaciones, distribución por actividades, porcentajes en zonas urbanas y no urbanas, porcentajes por edades, distribución por edades, distribución por estudios, distribución por tipo de empleo, distribución por tipo de trabajador.

**Consumo:** Índice de exposición cultural, índice de exposición o por edades, por nivel socioeconómico, por lugar de vivienda, por exposición a medios escritos, principales prácticas culturales habituales, opinión sobre el gasto en cultura, sobre el recorte en cultura, sobre el gasto por áreas. Lectores y compradores de libros. Visitas a museos, monumentos y galerías de arte, concurrencia a las salas de cine y de artes escénicas, índices de consumo de radio y televisión, de música grabada, preferencias, por edad, sexo, nivel de estudios, hábitat, etc.

**Gasto:** Público (servicios recreativos y deportivos, servicios culturales, radiodifusión y publicaciones, asuntos religiosos y comunitarios, etc) . Personal, bienes corrientes y servicios, lo que da lugar, en la suma de los tres casos a los gastos corrientes, transferencias corrientes, inversiones reales, transferencias de capital, lo que da lugar a los gastos de capital. En cada territorio y evolución en el tiempo. Presupuesto en relación con el PIB, el Presupuesto nacional, y la población, etc.

Privado: Obtenido a menudo en encuestas de hogares si ellas lo tienen en cuenta. Gasto anual medio por persona, equipamientos según número de hogares, población urbana o no urbana; por funciones (artículos de entretenimiento, servicios culturales, libros, revistas, etc. para conformar el consumo

**Ministerio de Cultura de España** "Aun así, la realidad cultural se resiste a ser reducida a cifras, sobre todo a causa de un prejuicio intelectual, casi atávico. Cualquier actividad humana imaginable -la agricultura, el comercio, la industria, la minería- ha sido y es objeto de un profundo y extenso tratamiento estadístico, algo que tan solo parcialmente ha comenzado a llevarse a cabo en el terreno de la cultura".

privado nacional, año por año. Esponsorio y mecenazgo (inversiones, empleo, etc.)

Sector externo. Importaciones, exportaciones, balanza comercial, volúmenes de productos, valores económicos, origen y destino de los mismos, derechos de autor.

### Industrias culturales

Existe una industria cultural cuando los bienes y servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales, es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económico en vez de perseguir una finalidad de desarrollo cultural. Definición incluida en las consideraciones de síntesis en la reunión de la UNESCO en Montreal. Ramón Zallo, en cambio, propone otra de carácter más descriptivo: conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas para un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social.

Las industrias culturales incluyen a las de la comunicación. Pero no así a todas las pertenecientes al campo del ocio, porque no existen nexos suficientes entre este tipo de industrias (turismo, videojuegos, deportes, etc.) y las culturales. También se excluyen a las actividades artesanales. Clasificación de las industrias. Convencional. Así, por ejemplo, la industria del libro puede encuadrarse en la industria de la edición y las artes gráficas, que en una clasificación convencional integra la producción de mercancías impresas, fonográficas y audiovisuales, pero respecto de la cual también es preciso considerar que adquieren progresivamente un mayor

peso específico los soportes informativos y multimedia. En un ámbito más concreto, dentro del amplio campo de la edición, la industria del libro se enmarca en el área de la industria de la edición impresa y, dentro de esta, se circunscribe a la edición de publicaciones unitarias, lo que diferencia al libro de la prensa periódica.

Debe distinguirse el libro de cualesquiera otros medios que precisan instrumentos o aparatos intermedios de interpretación (CD, microfichas, microfilmes, etc.)

La industria cinematográfica, ubicada como campo específico en el conjunto del sector audiovisual, donde constituye su eje vertebrador, ya que cine, video y televisión no solo suelen dirigirse hacia un mismo público, sino que además, muchas veces lo hacen con un mismo producto.

La instalación de videocaseteras, simultánea a la consolidación de una oferta muy completa de videogramas, ha hecho variar los hábitos de consumo de películas. Ello coincide con la mayor oferta de televisión e incide en una disminución del consumo de cine en salas convencionales.

Al igual que el video, el fonograma requiere de equipamientos mediadores de reproducción (radiocasetes, tocadiscos, compactas, modulares de alta definición, etc.) y ocupa un lugar muy destacado en el campo de las industrias culturales por su mayor fluidez e intercambiabilidad, y por el carácter estandarizado de sus productos.

Los medios de comunicación, como la radio, la TV y la prensa, presentan características comunes que pueden determinar criterios de cuantificación igualmente comunes: peso del mercado publicitario, medición de audiencias,



áreas de cobertura, tendencias empresariales, impacto de las tecnologías de la información y la comunicación, etc. También se comprende que los contenidos de la radio y la televisión pueden abarcar áreas mucho más amplias que las coincidentes con las de las industrias cinematográficas, del video y fonográfica.



Desde el punto de vista del soporte de sus contenidos, la prensa pertenecería a la rama de la edición impresa, distinguiéndose de la industria del libro por su carácter periódico; a su vez la radio y la TV podrían asignarse a la rama de la industria cultural audiovisual, teniendo en cuenta su carácter continuo -y a la vez efímero- para distinguir a la TV del cine y del video, y a la radio de la industria cinematográfica. Pero entre todos los medios de comunicación se produce una identidad funcional que hace que, de manera generalizada, cada uno de ellos se perciba por el público como una opción de la oferta de comunicación e información. ■

## La cultura como factor económico<sup>1</sup>

Kathinka Dittrich van Weringh<sup>2</sup>

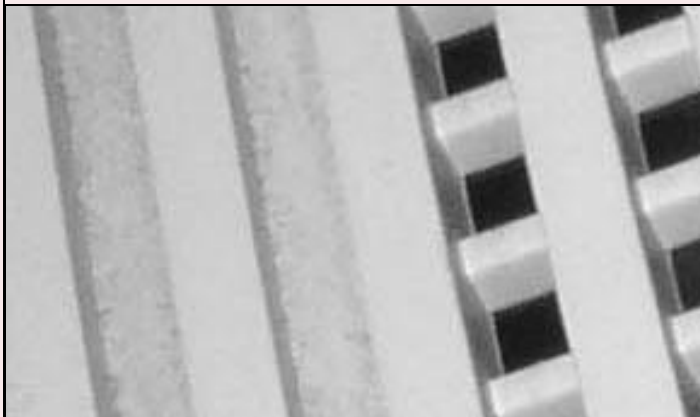
### El Estado y las Industrias

"La cultura cuesta plata y no trae nada a cambio" comenzó a escucharse en los círculos políticos desde comienzos de los años ochenta: la recesión económica comenzaba a expandirse en Europa y, con ella, se daba inicio a la época del gran ahorro. Fue cuando aparecieron las primeras encuestas sobre la relevancia económica de las artes como legitimación y como estrategia defensiva de los creadores ante un estado que se retraía drásticamente.

económico". Casi pidiendo disculpas, el documento expresaba: "la relevancia político cultural no se pone aquí en tela de juicio"

### El análisis se centraba en dos cuestiones esenciales:

1. Qué porcentaje de la subvención volvía a las arcas del estado de manera directa o indirecta.
2. Qué influencias tienen esas subvenciones sobre la economía y el sector privado.



Luego de una serie de complicados relevamientos y encuestas se llegó a la siguiente conclusión: un 26,2% de las subvenciones volvía al Estado de manera directa (a través de impuestos y aportes sociales) e indirecta (a través de impuestos provenientes de la modalidad de consumo del público). Y nada menos que un

Contrariamente a Estados Unidos y Canadá, la primera encuesta europea se realizó en 1984 en Zürich; fue encomendada por el Parlamento de la ciudad bajo el título de "La relevancia económica de las instituciones culturales en Zürich". La investigación se circunscribía a las cuatro instituciones más subvencionadas: la Ópera, el Teatro (Municipal), la Philharmonie y el Museo. Su finalidad era "justificar las subvenciones de esas instituciones desde un punto de vista

179% de las subvenciones estatales ingresaban en la economía privada.

Primera conclusión: "La investigación demuestra que las cuatro instituciones tienen, más allá de su relevancia cultural una considerable relevancia económica". Si bien dependen de la subvención estatal para llevar a cabo sus funciones, también es cierto que parte del dinero invertido en ellas vuelve al estado y significa un notable impulso

<sup>1</sup> Fragmento de la ponencia presentada en el encuentro sobre Economía y Cultura en el Instituto Goethe, año 2002.

<sup>2</sup> Directora del European Cultural Foundation, Ámsterdam.

para la economía en general.

Una encuesta realizada en Amsterdam en 1985 para la Secretaría de Cultura, la Secretaría de Finanzas, la Secretaría de Turismo y la Cámara de Industria y Comercio, llegaba a similares resultados. Este relevamiento se proponía investigar "la relevancia económica de las artes profesionales en Amsterdam"; o sea que en este caso se incluían instituciones culturales de todo tipo, así fueran subvencionadas o no. El objetivo era comprobar cuántos puestos de trabajo genera el sector de las artes en sentido amplio, cuánto gasta el sector social implicado, cuántos puestos de trabajo generan las actividades no propiamente artísticas (restaurantes, gastronomía en general, por ejemplo), a qué cantidad de público local o extranjero atraían sus actividades, cuánto gastaba ese público y qué significaba todo eso... no sólo para el Estado y la economía, sino también para la ciudad de Amsterdam.

Los resultados arrojaban los siguientes datos: en una ciudad de 750.000 habitantes (Amsterdam en este caso), 12.000 trabajaban en forma directa dentro del sector artístico; no sólo sus impuestos y cargas sociales, sino también la de todos aquellos -incluido el público- que provenían de actividades económicas colaterales al sector generaban "una actividad de más de mil millones". "Más de mil millones", ése era el título del informe. Una encuesta realizada en 1996 para Amsterdam calcula que el dinero que vuelve a las arcas del estado y las ganancias económicas generadas por las actividades del rubro artístico son aún mucho más altas que en 1985.

Relevamientos que se hicieron en Alemania a partir de 1988 revelaron que "el arte y la cultura no son un gasto para el Estado". "La cultura es rentable" decían los titulares de aquella época.

El Estado, fuera local, provincial o nacional, comenzaba a entenderse no sólo como un bondadoso mecenas ante el que se postra el genuflexo creador para pedir limosna, sino -mucho más que antes- como motor del potencial económico de las artes. La meta fue y es la de, por un lado, estimular la integración social, es decir, proteger identidades locales, nacionales y regionales en un mundo percibido como cada vez más inseguro ante la apertura de las fronteras.

Con velocidad distinta en los diferentes países europeos, esa densa maquinaria que da en llamarse Estado se puso pesadamente en movimiento. Se comenzó a pensar no sólo en los grupos específicos del arte, sino en ampliar la visión. La economía de la cultura no existe sin aquellos que crean sus productos, los artistas; tampoco existiría sin sus destinatarios o clientes, aquel conjunto de ciudadanos que hoy no se deja encasillar en un estrato socio-cultural determinado y que exige su derecho a una oferta múltiple. Finalmente, tampoco existiría sin los intermediadores: las instituciones artísticas subvencionadas por el Estado ya las Industrias Culturales que actúan de manera comercial. En síntesis: productores, público e instituciones mediadoras son las tres columnas de la industria de la cultura.

En 1981 se creó en Alemania un "seguro social para artistas" para creadores, artistas independientes y periodistas, que aún está en vigencia. Al igual que todo empleado en relación de dependencia, esta ley prevé que también los artistas asuman el 50% de sus aportes sociales. Como no tienen un empleador fijo que asuma el 50% restante, el Estado asume el 20% y la industria cultural implicada (por ejemplo, el mercado de arte en el caso de los artistas plásticos) un monto calculado en el 30%. Este modelo es único en Europa. También lo es el modelo de Noruega, por el cual los artistas perciben una renta estatal mínima. En casi todo el resto de los países europeos, los productores artísticos pagan por su trabajo, riesgoso e inseguro, menos impuestos que los empleados en relación de dependencia. En países como Bélgica, Suiza, Dinamarca y Noruega los artistas no pagan impuestos.

Con el fin de que los artistas puedan seguir viviendo y produciendo, se constituyeron las sociedades de derechos de autor, que ejercen el control de la palabra, la música y la imagen. Fundaciones de bien público autorizadas y supervisadas por el Estado controlan minuciosamente cuáles libros se venden y en qué cantidad, cuántas veces es solicitado en préstamos a través de las bibliotecas, qué texto es impreso dónde o es transmitido por radio o por televisión; qué música se emite en un supermercado, en una Disco, en los restaurantes, en festejos callejeros o en la Filarmonía; qué imágenes se exhi-

ben en una exposición, en la televisión o se imprimen en los catálogos. Todos aquellos entes públicos o comerciales que usan textos, música e imágenes cumplen con su pago riguroso a las sociedades de derechos de autor. Las altas cuotas que les corresponden a las bibliotecas son asumidas por el Estado. Todos nosotros terminamos pagando, porque en el precio de cada aparato de fax, fotocopiadora, grabadora o reproductora de video, en cada video virgen, hay un monto considerable que deben deducir los productores de esas máquinas. Lo mismo se está pensando en la materia de derechos de autor para el Internet, donde impera una selva indiscernible de propósitos y propuestas diferentes. Todos esos ingresos van, en una pequeña parte, a una caja destinada a casos sociales extremos (Rücklagen für Härtefälle) por un lado. Por el otro, regresa según determinadas cláusulas a los artistas o a sus herederos. En el año 2000 la Unión Europea dispuso que los derechos cesan recién 70 años después de muerto el artista. Estas sociedades de derechos de autor también existen en América Latina. Por lo general tienen acuerdos con sus pares europeas, ante todo con las españolas. Muchos artistas latinoamericanos registran sus obras directamente en España porque, según lo que me dijeron los españoles y apenas me atrevo a repetir: "Latinoamérica: es la selva".

Cuando el producto artístico resulta demasiado caro, la ganancia de los artistas es menor y, por lo tanto, también lo que recibe el público. En nuestras sociedades multiculturales los precios altos siempre terminan por excluir a los más pobres, por lo cual se termina atentando contra la integración deseada. Es por eso que después de arduas luchas contra el comisario de la Unión

Europea encargado de velar por la libre competencia, se logró reducir el IVA (Impuesto al Valor Agregado) de los productos culturales. En Alemania, diarios y libros pagan el 7% del IVA, mientras que una botella de vino el 16%, como todo el resto de los productos, a pesar de que según mi opinión el vino también es un bien cultural... . En España, Grecia e Italia el porcentaje que pagan los bienes culturales en concepto de IVA son del 4% en relación con un IVA normal que oscila entre el 16 y el 19%. Cada país europeo tiene sus propias cuotas impositivas. La tendencia es reducir los impuestos directos e incrementar los indirectos.

Una de las arduas conquistas fue también la de aplicar un precio mínimo a los libros, medida que acaba de ser re-introducida en Francia y, desde diciembre del 2000, parece tambalear en España. Esto significa que un libro no puede venderse -por ejemplo en los supermercados- a un precio menor que el de las pequeñas librerías que en el continente europeo todavía cumplen un rol muy importante, a pesar del progresivo ingreso de las grandes cadenas de venta de libros (como es el caso de Inglaterra, por ejemplo). A través de esta medida, la del precio mínimo del libro, se garantiza la diversidad de la edición y la multiplicidad de los puestos de trabajo de la industria editorial.

Los mediadores clásicos de los productos culturales, los encargados de preservar el patrimonio cultural pretérito y presente, los que garantizan calidad y continuidad, es decir, museos, teatros, bibliotecas, archivos, cines de arte, salas de concierto, para nombrar sólo a algunos, tuvieron tantos problemas como el Estado para adaptarse a una sociedad más amplia y heterogénea, para mantener la calidad de

su oferta y, al mismo tiempo, lograr una rentabilidad económica. En muchos casos esas instituciones fueron transformadas en Fundaciones controladas por el Estado - salvo en Francia, donde aún impera cierto centralismo, aún cuando se tuvo la lucidez suficiente de juntar en un solo ministerio las áreas de medios y la de cultura, que también es el caso de Noruega, un estado de bienestar que sigue la tradición corporativista. De esta manera, las instituciones son mucho menos dependientes de preceptos burocráticos, más libres de hacer su propia política de empleos y finanzas, tienen mayores estímulos para pen-



sar en factores de rentabilidad económica como los quioscos o las cafeterías de los museos, y son mucho más libres de apelar a un sponsoring profesional, más adecuado a la imagen de las instituciones. Ningún sponsor está dispuesto a invertir dinero en una caja estatal anónima a través de cuyos intersticios fluye el dinero de manera indiscriminada.

Para atraer a una ciudadanía enriquecida durante 50 años sin guerras, para que no inviertan su dinero en lujosos viajes por el mundo, sino en el bien común, muchos países europeos han mejorado sus esquemas de impuestos, han creado nuevos modelos de Fundaciones y se han articulado nuevos modelos de financiación, como es el caso de la lotería, por ejemplo. Las loterías son empresas que, en países como Holanda, Alemania e Inglaterra, han sido comprometidas por el Estado a invertir el 60% de sus ingresos en fines filantrópicos. Dentro de estos fines también está la cultura. Paradójicamente, cuanto más pobre es un país, mayor es el ingreso de sus loterías. En este

ámbito es donde el Estado puede lograr reglamentaciones verdaderamente favorables a la actividad cultural e incentivar por ende su repercusión en la economía.

Junto a los mediadores clásicos de bienes culturales, los no-comerciales, durante las dos últimas décadas han comenzado a hacerse invisibles los mediadores comerciales: se trata de las industrias culturales. Veinte años atrás se consideraba que estas industrias culturales eran relativamente marginales. Era grande la aversión que los señores funcionarios de cultura del Estado sentían hacia esos toscos empresarios que se atrevían a hacer dinero con los sagrados bienes de la cultura. A favor de todos los implicados, estas prevenciones fueron reduciéndose, porque - salvo en el caso de Inglaterra- nunca se llegó -ni se llegará- a verdaderas privatizaciones en materia de cultura. Esto significa: que el estado no se sustrajo a su responsabilidad natural en materia de artes y cultura, ni permitió que estas industrias, relativamente nuevas, degeneraran en un salvaje "capitalismo a la far-west" con tendencia a los monopolios. El coqueteo entre todos los que participan en la actividad económica de la cultura se asemeja hoy en día a una suerte de honorable compromiso nupcial donde los novios tienen derechos equitativamente controlados y protegidos. Aún cuando existen todavía grandes problemas en la materia, este flirteo redundando en provecho de nuestras sociedades civiles. Todos tuvimos que aprender a pensar de manera diferente: los sacrosantos representantes de la cultura, los servidores del estado y los sabuesos de ganancia fácil. Y bueno: el hecho de cambiar nos mantiene jóvenes.

Un ejemplo claro de esta nueva tendencia es un estudio recomendado por el Ministerio de Economía de la provincia Renania del Norte Westfalia de consiente común acuerdo con el Ministerio de Cultura de esa región, primero en 1991, luego en 1995 y finalmente en 1998. En estos estudios acerca de las relaciones entre la cultura y la economía, se define con claridad qué es lo que debe entenderse por industrias culturales: el mercado editorial (incluida la prensa); el mercado del cine y los medios; la industria musical; el mercado del arte y las artes escénicas(teatro, danza, etc).

Para trabajar de la manera más científica posible, se establecieron las pautas acerca de cuáles son los facto-

**Kathinka Dittrich van Weringh** "La cultura cuesta plata y no trae nada a cambio" comenzó a escucharse en los círculos políticos desde comienzos de los años ochenta: la recesión económica comenzaba a expandirse en Europa y, con ella, se daba inicio a la época del gran ahorro. Fue cuando aparecieron las primeras encuestas sobre la relevancia económica de las artes como legitimación y como estrategia defensiva de los creadores ante un estado que se retraía drásticamente"



res directos de cada una de esas cinco industrias y cuáles son las áreas derivadas. Para factores directos y áreas derivadas se hicieron estadísticas separadas. Por ejemplo, los factores directos de la industria editorial son: los escritores, periodistas y autores independientes (es decir, quienes no trabajan en relación de dependencia), las editoriales, el mercado de libros y revistas, el comercio mayoritario y minoritario del rubro. Las áreas derivadas están comprendidas por: la imprenta, los encuadernadores, los traductores e intérpretes (aquí no entra la industria del papel).

Otro ejemplo correspondiente al mercado del cine y los medios: entre los factores directos se cuentan los artistas que no están en relación de dependencia pero trabajan para el cine, la TV y la radio, la producción de cine, los cines, los distribuidores, los estudios y los laboratorios foto-

gráficos de revelado. Al área derivada pertenecen: la producción y distribución de aparatos, los videoclubes, las estaciones de radio y TV (que no producen cine), los laboratorios de copiado, el comercio mayorista y minorista, el comercio fotográfico. La misma diferenciación se usó para las otras tres industrias culturales.

En estas investigaciones se partía del vago reconocimiento de que una sociedad industrial siempre es - a la larga o a la corta - reemplazada por una sociedad de servicios; es decir, se sabía que era necesario reestructurar las estructuras económicas. La gran pregunta era: ¿Cómo? ¿Hacia dónde? Era necesario paliar la carencia de elementos existentes para una estrategia y una planificación estructurales, obviamente con los límites que pueden tener una injerencia del estado en el área.

**Por consiguiente, los objetivos de la investigación fueron:**

- Ganar experiencias para una planificación a nivel municipal y regional
- Obtener información para tomar medidas de capacitación profesional en un mercado de trabajo cuyo índice de desocupación ascendía hasta el 20% a causa de la desaparición de las industrias tradicionales
- Acceder a nuevos datos reveladores de la interrelación entre las industrias culturales y la cultura subvencionada

El resultado de farragosos relevamientos empíricos (balance anual de las industrias, ingreso por impuestos, encuestas, etc.) reveló que las industrias culturales habían crecido de manera exponencial durante el período 1991/1998, en muchos casos el crecimiento doblaba al de industrias tradicionales económicamente activas, como por ejemplo la producción de maquinaria pesada. Este dato redundó en atractivos en materia de impuestos para la región por parte del Estado nacional, provincial y municipal.

- Planificación a nivel municipal y regional

Un ejemplo, Como consecuencia de la quiebra de la industria química de la ciudad de Köln el nivel de des-

empleo era excesivamente alto. De manera constante el municipio de Colonia y el Estado provincial se esmeraron en hacer de la ciudad un polo atractivo para la industria relacionada con los medios de comunicación, partiendo de la base de que la más grande emisora de Alemania (el WDR) ya se encontraba allí. A través de exenciones impositivas y precios especialmente bajos en materia inmobiliaria, se atrajo a inversores que rápidamente se dedicaron a construir una densa red de estudios de cine y televisión. Además de eso, se construyó un parque mediático con entidades comerciales: emisoras de radio privadas o pequeñas iniciativas de cine independiente, por ejemplo. El tema fue y sigue siendo: public-private partnership. ■

## BREVES

"La posibilidad de reproducción técnica de la obra artística emancipa a ésta última por primera vez en la historia del mundo, de su existencia parasitaria en el ámbito de lo ritual. La obra artística reproducida se convierte cada vez más en la reproducción de una obra artística predispuesta a ser reproducida. Por ejemplo, de una película se puede obtener toda una serie de copias; el problema de la copia auténtica no tiene sentido. Pero, en el momento en que se abandona el criterio de la autenticidad en la producción artística, también se transforma toda la función del arte. En lugar de su fundamento en lo ritual, se instaura el fundamento en otra praxis: es decir, un fundamento en la política".

*De Walter Benjamin: La obra de arte en la época de su reproducción técnica, en Discursos interrumpidos I, Aguilar, Altea, Taurus, Alfaguara S.A. de Ediciones, Buenos Aires, 1989.*

# E estadísticas, economía e indicadores culturales

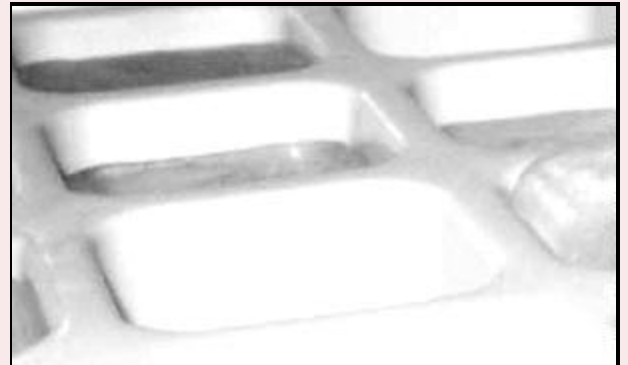
El ejemplo francés y los avances europeos<sup>1</sup>

Paul Tolila<sup>2</sup>

Hace cuarenta años, Francia se dotó de un ministerio de la cultura. A menudo procuramos describir esta creación como el fruto de una tradición específicamente francesa de intervención del Estado en los ámbitos culturales, tradición que nos remonta a la época de Luis XIV, e incluso más allá. Esta visión retrospectiva frecuentemente carece de lo esencial de la innovación de 1959: la creación ya no de una estructura sino de una política pública cuya estructura ministerial en pleno ejercicio no es más que el signo y el soporte.

Una política pública, eso significa muchas cosas. En primer lugar, que el Estado reconozca la importancia de los ámbitos culturales, de las artes y de la relación estética en el mundo para la colectividad de la cual está a cargo. Después, que estime que los fenómenos culturales no pueden, bajo pena de contravenir a la más simple exigencia democrática, depender de las únicas relaciones de fuerza en la obra dentro de la sociedad y en particular, de los únicos mecanismos de la marcha. Por último, que una parte de su presupuesto sea afectada en el mantenimiento y en el desarrollo de las actividades culturales y que, del uso de este dinero y por lo tanto de los resultados de su política, deba rendir cuentas a los ciudadanos que representa en este asunto. En cuarenta años, los ministros se han sucedido, los acentos de los políticos han podido cambiar, los presupuestos de la cultura variar en sentidos opuestos, Francia ha mantenido permanente una política pública en materia cultural.

Cuarenta años de políticas culturales, es a la vez mucho y poco. Poco porque comparadas a otros ámbitos donde el Estado interviene tradicionalmente (sistema de contribuciones, defensa, relaciones exteriores), las políticas culturales son jóvenes. Mucho porque desde André Malraux se ha desarrollado un esfuerzo que permanece a favor de la cultura y que no se puede explicar por la simple evocación del pasado: es necesario agregar el compromiso apasionante de grandes ministros, los valores compartidos por la unión de los partidos políticos, la adhesión de los creadores y, más ampliamente de la sociedad francesa en la idea misma de una política de la cultura.



Para dirigirla, establecerla, hacerla evolucionar y tomarla en cuenta, el Estado y el Ministerio sintieron de manera temprana la necesidad de datos evaluados que permitieran proceder con un mínimo de puntos de referencia y pensar en el establecimiento de prioridades. Desde 1963, el Departamento

<sup>1</sup> Presentado en el Seminario Internacional sobre Indicadores Culturales: su contribución al estudio de la economía y la cultura. Ciudad de México. 2003.

<sup>2</sup> Jefe del Departamento de los Estudios y de la Prospectiva. Ministerio de la Cultura y de la Comunicación (Francia).



de los estudios y de la prospectiva (DEP) se creó para este efecto, al término de una vasta reflexión interministerial. Su labor: recolectar, tratar, estructurar y retransmitir todos los datos socioeconómicos que interesan a la cultura en Francia. Su misión: servir como punto de apoyo a las políticas públicas, difundir ampliamente todas sus informaciones y promover todas las investigaciones necesarias. Su público: los responsables del Ministerios, los del Estado y de las colectividades públicas, los actores de la cultura y los ciudadanos.

Política cultural pública y cifras sobre la cultura aparecieron entonces en el mismo movimiento. Este "co-nacimiento" hizo surgir en Francia un gran movimiento de conocimientos cualitativos y cuantitativos, estadísticos también. Impulsó naturalmente un vigoroso desarrollo de las ciencias sociales alrededor de los fenómenos culturales observables y de vastos debates en todos los sectores de la sociedad. Es necesario precisar que jamás, nunca jamás, las cifras resultantes de los estudios y encuestas llevadas desde hace cuarenta años han pretendido rendir cuenta de la cultura. Sino que por el contrario, se han reconocido siempre por lo que son: el aspecto cuantificable de los fenómenos extremadamente simples, perfectamente definidos con respecto a las necesidades políticas públicas (prácticas culturales, financiamientos, empleo cultural, relaciones precio-frecuentaciones, etc). Es necesario precisar, que estas mismas cifras simples no han sido presentadas jamás como reflejos absolutos de las realidades observadas y que son siempre adecuadas con respecto a la utilización tanto de los responsables como del gran público - de principios de prudencia necesarios a su legibilidad, de los márgenes de interpretaciones que dejan todo su campo al debate y toda su responsabilidad a la decisión.

Finalmente es necesario recordar que a la inversa de los regímenes totalitarios del pasado o de lo que piensen las personas que desprecian con furia toda acción estatal, las políticas culturales en Francia no han pretendido jamás contener, hacer, ni siquiera a posteriori, ser la cultura. Las políticas se han fijado objetivos modestos sin embargo muy ambiciosos sin los cuales sería la cultura por sí misma quien se arriesgaría a mutilaciones y empobrecimiento. Estos objetivos son: favorecer la creación, preservar el patrimonio, desarrollar las industrias culturales, democratizar el acceso a las prácticas culturales, promover la diversidad.

Las políticas no tienden ni a dictar lo que debemos amar ni a imponer lo que debe ser bello: participan a su manera con mantener y acrecentar las capacidades creadoras de la sociedad, con permitir a un gran número -a cada quien según su elección- de entrar en la dimensión del placer estético y, sin duda, de comprender mejor las dimensiones de los otros.

## Estadísticas culturales y cultura de cifras

Las cifras no son más que un aspecto del vasto problema del conocimiento de los fenómenos culturales. Para producir estos conocimientos, los medios son indispensables, y particularmente una organización eficaz de trabajo estable en el tiempo. Al pasar de los años el DEP se ha estructurado en cuatro polos principales para responder al conjunto de sus misiones: un polo, "estudios e investigación" donde se llevan a cabo todos los trabajos en socio-economía de la cultura; un segundo polo "estadísticas" encargado de impulsar todos los trabajos de este tipo, de constituir series grandes y administrarlas conforme a bases de datos ( a este respecto, es necesario precisar que le DEP es igualmente un servicio estadístico ministerial, o SSM y que este concepto se encuentra estrechamente ligado al INSEE y por lo tanto, al conjunto de actores estadísticos en Francia y en Europa); un tercer polo "publicaciones" a cargo de la difusión de todos los trabajos del departamento (obras, documentos de trabajo, síntesis documentales, notas de síntesis, resúmenes de estudios) una fórmula accesible en Internet de los trabajos del DEP esta actualmente en curso de elaboración; un cuarto polo "documentación" que finalmente desde hace cuarenta años, constituye una de las mas ricas bibliotecas del Ministerio de la Cultura y la Comunicación. Para uso de los agentes del DEP, de la comunidad de investigadores, de los estudiantes y los actores de la cultura, esta biblioteca representa un centro único en Francia. Entre estos cuatro polos, la colaboración es constante. Alrededor del DEP gravitan también las redes de investigadores en ciencias sociales que ha sabido movilizar con el paso de los años y que continua solicitando que el mundo de los actores y los responsables de las encuestas proporcionen informaciones estructurales y confiables. Las competencias que el departamento ha adquirido y su capitalización sirven antes que nada a cada nuevo proyecto que lance pero se difunden igualmente a través de conferencias, de actividades de especialización y de participación a los grupos de trabajo en Francia y Europa. Centro de estudios, centro de especialización, centro de investigaciones, el DEP es todo esto por y más allá del Ministerio. Anualmente, y según una puntuación promedio tiene constantemente una veintena de proyectos de talla variable en elaboración, su polo estadístico responde a más de 1000 peticiones y su documentación a más de 1500 solicitudes.

Para llevar a bien sus misiones, la DEP ha estructurado sus actividades en grandes programas de trabajo "economía de la cultura", "prácticos y públicos" "ambiente internacional", "estadísticas culturales", "educación y enseñanza artística", "gastos y financiamientos públicos", "empleos y profesiones culturales"... Esta organización le permite administrar a la vez

**Paul Tolila**  
"Las cifras no son más que un aspecto del vasto problema del conocimiento de los fenómenos culturales"

grandes encuestas recurrentes y trabajos más puntuales pero temáticamente integrados. Dispone así de una encuesta decenal sobre las prácticas culturales de los franceses. Cuyas cifras evoluciones pueden ser seguidas por cuarenta años. Dispone también de una encuesta trienal acerca de los financiamientos públicos de la cultura (estado, regiones, provincias, municipios) y de otras sobre los gastos y los tipos de consumos culturales de las reservas. Ha podido colocar en el lugar preciso al Observatorio francés del empleo cultural el cual continúa enriqueciéndose por sus trabajos especializados sobre las profesiones. Publica cada año un volumen de "cifras claves" de las estadísticas culturales que cubren todos los ámbitos hoy conocidos. La unión de estos trabajos estructurantes tiene sentido por la amplia duración, la comparación que permiten y por la puesta en perspectiva de las cifras que dichos trabajos autorizan. Es así que las cifras hablan, no solo por sí mismas sino al interior de series largas y a partir de criterios de interpretación claramente explícitos.

Es sobre la base de estos saber-hacer capitalizados de este núcleo duro de conocimientos cualitativos y cuantitativos donde hipótesis y cifras que circulan libremente y se fecundan que el DEP puede abrir nuevos horizontes de estudios aún poco explorados. Es así que el departamento se adelanta en el estudio de las "artes de

la calle" fuertemente ligadas a las realidades urbanas modernas, en el estudio de la "geografía cultural" donde la ordenación del territorio linda con las dinámicas espaciales de las prácticas culturales, en el de los festivales y los eventos culturales, en el universo de las nuevas tecnologías que plantean tantos problemas que parecen resolverse, sobre el terreno de las comparaciones internacionales donde finalmente resurgió la gran cuestión de las especificaciones irreductibles...

#### **Un ejemplo de cooperación: Las estadísticas culturales europeas**

A priori, nada es menos comparable que las culturas. Evidentemente, si queremos designarlo de ese modo su carácter único, lo que en el siglo XVIII habríamos llamado su "talento propio". Pero no podemos comparar el número y los tipos de empleo que estas generan, el valor económico de las industrias que de ahí se despliegan, las prácticas culturales de los ciudadanos a quienes les concierne. Sobre la base de estas preguntas, el DEP organizó una reunión de expertos en el cuadro de la presidencia francesa de la Unión Europea en 1995. Dos años más tarde, un grupo piloto (LEG) fue creado, con el apoyo de Eurostat, y se encargó de un programa de tres años. Objetivo general: describir y elaborar las con-

diciones de un sistema de estadísticas culturales armonizadas y comparables a nivel europeo. Esto implicó la evaluación de los datos existentes y la elaboración de una serie de indi-



cadadores claves que permitiera describir la diversidad de las culturas en Europa y de contribuir a la definición y a la evaluación de la política cultural. Catorce países europeos participaron en este proyecto sobre la base del voluntariado y cuatro grupos de trabajos (taskforces) vieron el día: metodología, empleo, gastos culturales y financiamiento de la cultura, participación en las actividades culturales. En noviembre de 1999 el LEG entregó su informe a Eurostat levantando el acta de un balance ampliamente positivo, particularmente gracias a la definición de un lenguaje común (campos, clasificaciones, nomenclaturas). Evidentemente, todos los problemas no estaban tan lejos de ser resueltos teniendo en cuenta la heterogeneidad de las fuentes nacionales existentes. Pero, más allá de la interrupción de los trabajos del grupo piloto, una dinámica de diálogo y de comprensión que todos los participantes decidieron prolongar, fue puesta en marcha.

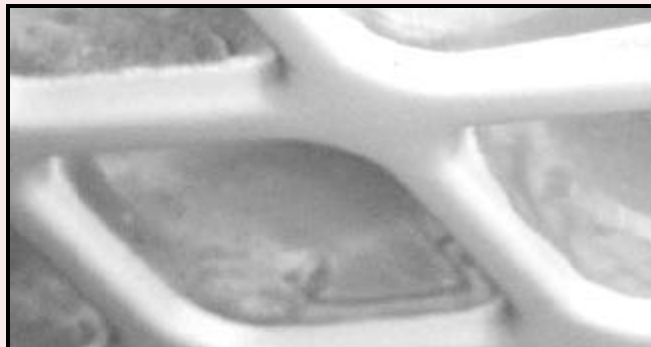
Al interior de dispositivo, el DEP pudo jugar un rol a la talla de sus saber-hacer porque había puesto a cargo a dos de los cuatro grupos de trabajo (empleo y metodología). El grupo "metodología" era particularmente sensible porque sus trabajos servían de plataforma común al conjunto de grupos: el grupo consiguió también un consenso en cuanto a la definición de un campo cultural común y de las actividades que los estructuran; sobre estas bases, un trabajo experimental de colecta de datos ha podido ser conducido en cuatro ámbitos culturales (museos, bibliotecas, teatro y artes plásticas).

El conjunto de trabajos del LEG experimental fue juzgado tan fructífero por las instancias europeas especializadas que decidió por unanimidad crear un grupo de trabajo sobre las estadísticas culturales al nivel de Eurostat. Estos nuevos trabajos (en quince países, esta vez) debutaron en el año 2000 y ninguno dudó que esta institucionalización les diera un nuevo impulso y una gran legitimidad.

### **Indicadores Culturales**

#### **Las herramientas difíciles pero indispensables en la cooperación**

Los indicadores culturales son objetos complejos, difíciles de construir y aun más de manejar. ¿Por qué? Porque todo indicador posee una doble naturaleza:



Es un signo que remite a un ámbito preciso, a la observación de ese ámbito, y a los diferentes agregados que le componen como indicador.

Es una herramienta de diálogo entre aquellos que fabrican el indicador y los responsables a cargo de administrar las políticas públicas. Esta segunda "naturaleza" es absolutamente esencial. El indicador el mejor construido y el más sofisticado será absolutamente inútil si no es integrado en un diálogo con los responsables y, en particular, aquellos que tienen el poder financiero de dar o de retirar a la cultura los medios de los cuales necesita. En todos los países democráticos, la asignación de los recursos entre las diferentes políticas públicas (salud, defensa, justicia, cultura, etc..) supone arbitrajes públicos, fruto de un debate público. Al interior de este debate, la problemática de los indicadores es crucial y como es cuestión de dinero, dos tipos de indicadores se convierten indispensables para que el desarrollo cultural pueda mantener sus recursos o incrementarlos.

El primer tipo de indicadores concierne a la eficacia del gasto público en la cultura. Este primer tipo puede dar lugar también tanto a los indicadores económicos como a los indicadores sociológicos o aún a los indicadores "mixtos".

Económicos: impacto de la inversión patrimonial sobre el turismo, ayudas a la creación y número de producciones (ejemplo: del Cine) devolución de impuestos a partir del consumo cultural sobre el presupuesto del Estado, asistencias públicas y creación de empresas culturales.



Mixtas y sociológicas: relación entre la fijación de tarifas culturales y la frecuentación, relación entre el número de bibliotecas y la evolución de las prácticas de lectura, relación entre educación artística y prácticas culturales.

El segundo tipo de indicadores concierne al sector cultural concebido como un verdadero sector económico en sí mismo. Podemos pensar aquí en más pistas:

- indicador global de la asistencia pública cultural y parte de las diferentes colectividades
- parte de la asistencia pública cultural en la unión de este tipo de asistencias (esfuerzo natural)
- parte del empleo cultural sobre el conjunto de la población activa
- Parte del consumo cultural frente a otros consumos de reservas.

La mayor parte de estos indicadores son, como lo vemos, las relaciones entre al menos dos términos (agregados). Porque la construcción de estos agregados en sí mismos suponen estudios económicos y estadísticas profundas y seguidas en el tiempo. Suponen la existencia de un sistema

estadístico confiable (l'INSEE, por ejemplo) y de los medios de trabajo constantes y suficientes para construir los datos específicos en el campo cultural. En una palabra, es necesario que una política pública de la cultura facilite los medios humanos y financieros que permitan elaborar los indicadores culturales indispensables en el

diálogo con los otros responsables.

Todos estos problemas se redoblan cuando colocamos la problemática de los indicadores culturales en el plan internacional. La función de diálogo y de coordinación de los indicadores encuentra aquí su punto de aplicación el más agudo y el más difícil. Es inútil insistir sobre esta función de diálogo y de comprensión : en un mundo abierto todos sufrimos la necesidad de nociones compartidas y de herramientas eficaces para defender e incrementar el desarrollo de la cultura por lo tanto también la diversidad cultural.

Por otro lado, todos chocamos con la disparidad de nuestros sistemas institucionales, con la insuficiencia de nuestros sistemas de información, con la falta de medios asignados a los estudios sobre la cultura. Aun cuando supusiéramos todos estos problemas resueltos, no quedaría menos que la construcción de indicadores compartidos en la escala internacional que impusiera una disciplina metodológica estricta para ser examinada más a detalle. El proyecto de armonización de las estadísticas europeas (15 países y 10 países observadores candidatos a entrar en la Unión Europea) actualmente en curso puede liberar aquí algunas lecciones.

Una primera parte del trabajo (3 años) permitió hacer el estado de estadísticas culturales disponibles en cuatro ámbitos seleccionados en común (museos, bibliotecas, teatro, artes plásticas) y trabajar sobre las disparidades metodológicas que existen entre todos los países (campos, clasificaciones, nomenclaturas).

Sobre la base de esta primera etapa, una segunda serie de trabajos fueron lanzados en relación con los gastos culturales, el empleo cultural y la frecuentación de los museos en los 15 países participantes en el proyecto. Estos trabajos, todavía en curso desde hace 4 años, han permitido avanzar en la reflexión metodológica y enfrentar a corto plazo (2 años) las primeras encuestas de estadísticas culturales armonizadas en Europa.

Serán necesarios cerca de 10 años para que las estadísticas culturales surjan en Europa como una razón importante y para que sobre materias limitadas una coordinación comience a ser posible entre varios países acerca de los estudios estadísticos y, consecutivamente, la elaboración de indicadores. Esta conclusión no es pesimista: demuestra, por el contrario, que todas las dificultades son solubles con la voluntad, un mínimo de medios, el trabajo y el tiempo. El problema más espinoso a lo largo de este proceso queda en la disciplina metodológica en la cual es necesario esforzarse para obtener objetivos comunes: fijación de objetivos limitados, investigación de la comunidad de definiciones de campo, nomenclaturas comunes (incluso si estas empobrecen la realidad o las especificaciones) aclaración de un vocabulario aceptable para todos.

Para ilustrar estos problemas metodológicos tomamos el caso del empleo cultural.

En Francia, según la categoría (campo) de conteo estadístico seleccionado en el departamento, podemos ver la cifra del empleo cultural variar sensiblemente:

- a) por las profesiones culturales: 450.000 personas
- b) por el sector cultural: 480.000 personas (son tomadas en cuentas las personas que ocupan un empleo no-cultural en las empresas culturales)
- c) para profesiones culturales todos los sectores confusos: 600.000 personas.

Si queremos construir el indicador de la parte del empleo cultural sobre la población activa total obtendremos tres porcentajes diferentes:

- para a) 1.7%
- para b) 2%
- para c) 3%

El valor de este indicador en el debate con los responsables dependerá de la capacidad de defender las hipótesis de partida en el cálculo del agregado "empleo cultural" del indicador. Está claro que el porcentaje de la hipótesis c) 3% es extremadamente interesante porque demuestra que el empleo cultural (en Francia) es casi equivalente al de todo el sector automotriz (fabricación y comercio) y que, por lo tanto, tal indicador es susceptible de hacer avanzar en la conciencia de los responsables no-culturales la idea de la importancia del sector de la cultura.

### Conclusión

La experiencia francesa demuestra que la cultura y las cifras están lejos de ser los terribles enemigos que nosotros describimos muy frecuentemente. No existen entre ellos oposiciones esenciales, solo hacen creer un uso dogmático de las cifras (como el que pueden tener, les llamaremos de paso, los usos aterradorantes de la cultura!) Pero si planteamos buenas preguntas a los fenómenos culturales obtendremos buenas cifras, hagamos buenas preguntas a las cifras e introducirán nuevas hipótesis.

La cultura y las cifras, en una perspectiva estrecha pueden convertirse en terribles barreras que separan las naciones y los hombres entre ellos, incluso al interior, de estas naciones. Pueden ser extraordinarios terrenos de diálogo si tomamos el tiempo y el trabajo para construirlos y comprendemos, de una mejor manera, la cultura y sus posturas. ■

## Impacto de la cultura en la economía chilena<sup>1</sup>

Marco Conceptual. Consejo Nacional de la Cultura de las Artes del Ministerio de Educación. División de Cultura de Chile.

La relación entre cultura y economía es amplia y multi-forme y, entre otros aspectos, se inserta en la preocupación por el desarrollo del sector dentro de las políticas públicas. Esta preocupación se instala tardíamente en los países latinoamericanos que, además de presentar retraso en la incorporación a los estándares modernos de desarrollo, deben adecuarse a un contexto donde la transferencia tecnológica cambia el eje de circulación de riqueza desde un tipo de mercancía tradicional a otras, con un particular "valor agregado".

En tanto la tecnología actúa como modelo, son las ideas y la información las que aportan esta peculiaridad al nuevo flujo de bienes que circula por el mundo, lo que a su vez permite la diversificación de las ofertas, el moldeamiento de los consumidores y, por ende, de la demanda, entre otros factores. La complejidad del proceso de impacto tecnológico e informático es tal, que con relación a las actividades artístico-culturales, la comprensión económica de ellas impone crecientes desafíos conceptuales y metodológicos a la disciplina económica.

En este contexto, la medición económica de la circulación de bienes y servicios culturales, plantea un conjunto de cuestionamientos básicos; ¿los bienes culturales se han transformado en una mercancía como tantas otras?. La circulación de bienes culturales debe incorporar mecanismos de transacción comunes al mercado tales como insta-



lación publicitaria, creación de la necesidad de consumo, decodificación sencilla de su significado, diversidad de oferta a través de los múltiples derivados de un mismo bien, aporte simbólico adecuado, precios flexibles según el comportamiento de las fuerzas del

mercado, entre otros?.

Preguntas como las señaladas, reafirman la necesidad de una revisión de la teoría económica, así como de las alternativas que ésta ofrece para incorporar el análisis de la circulación de bienes y servicios culturales al campo de la reflexión económica.

### Aproximación económica a la cultura: Economía de la Cultura

En esta línea de desafíos pueden ubicarse los desarrollos teóricos de la economía de la cultura, que se interesa por la aplicación de la teoría y análisis económico sobre los problemas del arte y las prácticas culturales. La economía de la cultura pone en funcionamiento las herramientas propias de la economía sobre las actividades artísticas y culturales en cuanto reconoce que éstas son objeto de producción, intercambio, consumo y bienestar. En este sentido, la acepción de cultura con que trabaja, es comúnmente más restringida y, en general, se concentra en el intercambio de productos culturales y, más precisamente, en los artísticos.

Sin embargo, la aplicación de las herramientas conceptuales de la economía sobre la producción y circulación de ciertos bienes

<sup>1</sup>Fragmento del estudio "Impacto de la cultura en la economía chilena" Convenio Andrés Bello / Consejo Nacional de la cultura de las Artes del Ministerio de Educación, División de Cultura de Chile / BID. Año 2003.

considerados culturales -tal como puede hacerse sobre otro tipo de bienes y servicios-, en la práctica debe enfrentar los contextos culturales en los que se realizan los intercambios económicos. De esta manera, la comprensión de la dinámica económica de los bienes que circulan en la sociedad (sean o no culturales) puede ser abordada también desde una mirada que considere la influencia de las diferencias culturales en el pensamiento y comportamiento económico. Desde esta postura, se asume que el comportamiento económico varía de acuerdo al contexto cultural.

Tal enfoque recogido por la economía cultural, intenta conocer las influencias que la cultura genera en la economía en una sociedad determinada, revisando el pensamiento económico para mejorar su capacidad de aprehender la realidad que estudia.

Por lo tanto, las dinámicas económicas de la cultura, pueden constituir un foco de interés para la economía, por ejemplo, al contrastar ciertas leyes como la de la utilidad marginal decreciente, que aparece como una ley inexorable en economía y que podría presentar particularidades cuando se trata de ciertos bienes como los culturales. Sobre estos bienes se afirma que el gusto por ellos es acumulativo. Es el caso de la música: a medida que más se aprecia y se consume, más aumenta el deseo y la necesidad de consumo.

Particularidades como ésta, hacen de la visión económica del "sector cultural", de la "producción de bienes y servicios culturales" y de las políticas públicas frente a esta dimensión de la vida social, un área singularmente compleja.

También se ha dicho que los bienes culturales adquieren la forma de un bien superior cuya demanda posee una alta elasticidad frente a las variaciones del ingreso. Es así como ante variaciones positivas del ingreso de la población, los productos del sector cultural enfrentan una demanda que crece más que proporcionalmente. Su interés económico se vincula entonces, entre otros aspectos, a las magnitudes de su contribución al proceso de creación de riqueza, así como a las características de los mercados que poseen los bienes y servicios propios de este sector, de igual forma que los efectos macroeconómicos y micro-económicos que tiene su expansión.

### **El contexto de los estudios de economía y cultura en América Latina**

A pesar de las utilidades que pueden prestar estudios sobre economía de la cultura para comprender la dinámica económica de la cultura y su aporte al desarrollo de los países, los estudios que discuten las relaciones entre economía y cultura, así como el significado económico de esta última, presentan aún un desarrollo incipiente en los países latinoamericanos.

A diferencia de la experiencia europea, donde han logrado concitar el interés de diversos organismos no gubernamentales y entidades académicas, en América Latina este tipo de investigaciones y debates se han insertado fundamentalmente en departamentos de estudio ligados a los Ministerios y Secretarías de Cultura de los respectivos países, de manera que la reflexión y la producción de información sobre estas relaciones se han efectuado promovidas por las instituciones del Estado.

De esta forma, todavía deben realizarse esfuerzos por posicionar este tipo de estudios de manera más generalizada, consolidando debates y discusiones, así como agentes dedicados a la producción de información destinada a alimentar los análisis económicos de la cultura

Por otra parte, introducirse en una línea de investigación sobre Economía de la Cultura en Chile, ha significado un esfuerzo por considerar el aspecto contextual e histórico de los procesos asociados a las transformaciones de la estructura material de la sociedad y los efectos en la dimensión simbólica que ellos generan. Sin embargo, este rescate requiere situar dichos procesos en la realidad de nuestros países, lo que exige un ajuste conceptual y teórico respecto de similares discusiones en otras realidades regionales.

Estas transformaciones -desde una economía industrial que se inicia en el siglo XVIII, hasta la producción actual de bienes y servicios con un fuerte contenido informacional, al cierre del siglo XX-, han impactado de manera sustantiva en la creación y recreación artística y cultural, generando una masificación y estandarización de objetos culturales que, entre otros aspectos, redefinen el estatus y el rol de las artes en la sociedad.

No obstante estas transformaciones, la fase de reproducción post-industrial no ha cubierto la totalidad de las áreas de crea-

ción, ni tampoco inundado el flujo e intercambio de bienes y servicios culturales: es así como no toda la circulación de mercancías con valor cultural se genera de modo "industrializado", sin embargo, todas producen significantes riquezas desde el punto de vista de la economía de un país.

Aún queda pendiente para nuestra región, determinar el comportamiento de las distintas áreas ante estas transformaciones epocales, sobre todo considerando que ellas ocurren en países con economías sujetas a una permanente situación de inestabilidad. Conocer qué actividades están protegidas por el derecho de autor y su reproducción sujeta a copy right, así como evaluar y dimensionar las actividades creativas con valor simbólico que están produciendo riquezas a nivel "industrial" y aquellas que se generan y reproducen a través de otros medios (por ejemplo la pintura, la artesanía, el teatro entre otros), aportando por igual al crecimiento y circulación de las riquezas de un país.

### Conceptos fundamentales

No es menor entonces el desafío que se impone a las aproximaciones, tanto de la Economía Cultural como de la Economía de la Cultura, al momento de emprender investigaciones sobre la realidad latinoamericana y, en este sentido, un paso inicial resulta ser la explicitación de los límites que serán considerados de acuerdo a la realidad particular que se busca analizar y, ligado a ello, la referencia de herramientas analíticas a las que se recurrirá para efectuar tal deslinde.

La primera necesidad a este respecto la constituye, sin lugar a dudas, la delimitación del ámbito de la actividad social al que se hará referencia en las investigaciones de Economía de la Cultura o, dicho de otra forma, desarrollar una noción clara de "sector cultural". Según E. Harvey, "a los efectos de la acción comunitaria europea en el sector cultural, se define a éste como `el

conjunto socioeconómico` que forman las personas y empresas que se consagran a la producción y a la distribución de bienes culturales y de prestaciones culturales"<sup>2</sup>

Vale decir, lo definitorio de dicho sector se encuentra en la producción y distribución de una serie de bienes y servicios que, aun siendo de distinto tipo (materialidad, soporte, satisfacción específica, etc.) presentan una cierta especificidad común, que se vincula a dos factores:

En primer lugar, los bienes y servicios culturales son aquellos que están compuestos tanto por valor simbólico como por valor funcional o utilitario, con un "predominio" del primero. Dicho valor simbólico (o cultural) se acompaña de un valor de cambio cuando el bien o servicio se pone en circulación en el mercado.

En segundo lugar, estos bienes y servicios intentan satisfacer un tipo de necesidad específica: la cultural; que a su vez hace referencia a tres características: i) que alguna forma de creatividad esté implicada en su producción; ii) que hagan referencia a la generación y comunicación de significado simbólico y; iii) que su producto represente, al menos en potencia, una forma de propiedad intelectual.

Éstas serían las características propias y excluyentes de los bienes y servicios culturales con respecto a otro tipo de bienes y servicios y que, por tanto, permiten considerarlos como tales. Es, por lo mismo, en base a ellas que se pueden identificar cuáles son las actividades involucradas en el denominado "sector cultural".

Un acercamiento para determinar la composición y naturaleza de dicho sector lo ha constituido, sin lugar a dudas, la noción de "industrias culturales". En efecto, tanto los trabajos conceptuales como empíricos de

<sup>2</sup> Edwin R. Harvey, "Derechos culturales en Iberoamérica y el mundo", Editorial Tecnos y Sociedad Estatal 5º centenario, España, 1990.



Economía de Cultura, han ubicado como unidad ancla de análisis a dicha noción de modo que en muchos documentos existe una relación casi automática o un paso obvio hacia ella a la hora de reflexionar sobre la medición del impacto económico de la cultura. Por ello es que resulta fundamental explicar algunos elementos constitutivos del concepto para reevaluarlo antes de iniciar un trabajo empírico de economía de la cultura para el caso chileno.

Desde las nociones económicas, para hablar de industria, no es necesario ni el criterio de reproductibilidad de la mercancía, ni el que estén destinadas a una audiencia masiva: la noción de industria remite más bien a una opción analítica conceptual. Como bien dice Throsby, se trata de "una agrupación por razón de actividad en torno a determinados productos, tipos de productores, emplazamientos, etc., que es posible encerrar en términos conceptuales y etiquetar como industria"<sup>3</sup>. Sin embargo, no ha sido esta la modalidad bajo la que se le ha empleado históricamente. Es indudable que las "industrias culturales" resultan ser una perspectiva fructífera en la recopilación y cálculo estadístico del "sector", sobre todo sobre la base del análisis de fuentes secundarias organizadas desde una visión económica, para desde allí difundirse a la gestión pública y al discurso político, teniendo gran incidencia en la definición de políticas culturales y normativas de funcionamiento y protección de las actividades que generalmente comprende.

Sin embargo, dicha noción no proporciona los elementos analíticos necesarios para un acercamiento y medición exhaustivos de la actividad cultural de un país. Sobre todo porque ha puesto su énfasis en las actividades, bienes y servicios culturales generados de acuerdo a un particular modo de producción, a saber, a gran escala, reproducible y destinado a grandes audiencias (carácter que pocas veces adoptan las actividades culturales de América Latina), por sobre otros atributos.

Este es el acento fundamental que ha tenido la noción de "industria cultural", desde su instalación por parte de los teóricos de la Escuela de Frankfurt -y otros como E. Morin-, hasta nuestros días y que se encuentra presente en definiciones como las del Cultural Industry Committee, del Ministerio de Educación de Finlandia o la que proporciona a modo ejemplar Harvey.

Debido a este énfasis, la noción de "industria cultural" per-



mite un acercamiento pertinente para aprehender una parte de las actividades culturales desarrolladas en un territorio, pero no la totalidad de ellas, puesto que lo que se denomina "sector cultural" presenta una extensión mayor que tales industrias y, aunque las incluye, considera otras actividades de carácter diferente (en cuanto al modo que se producen). Generalmente dicho sector se considera compuesto por tres grandes conglomerados de actividades:

En primer lugar, las actividades vinculadas al patrimonio cultural.

En segundo lugar, las actividades vinculadas a las artes, incluyendo las artes visuales (plástica, artesanías, etc.), las artes escénicas, las coreográficas y la música.

Finalmente, en tercer lugar, las mencionadas industrias culturales (fundamentalmente, a las actividades editorial, fonográfica y audiovisual).

Cualquier actividad vinculada a alguno de estos tres grupos, debiese formar parte del conjunto a considerar a la hora de efectuar una medición económica del sector cultural o del impacto de la actividad cultural en la economía y, de hecho, ellas se encuentran registradas como industrias según la definición económica antes mencionada, sin implicar por ello que se trate de "industrias culturales".

Vale decir, la anterior nomenclatura en tres conjuntos no es la que se emplea en la medición y cálculo de las actividades productivas de una economía determinada. El sistema de cuentas ya se encuentra codificado de una cierta manera y es menester llevar a cabo un trabajo de "reinterpretación" para conseguir determinar cuáles son las actividades que corresponde incorporar tras la consideración de que son culturales. Con otras palabras, las actividades cultu-

<sup>3</sup> David Throsby, "Economía y Cultura", Cambridge University Press, Inglaterra, 2001.

rales se encuentran diseminadas o comprendidas en diversos sectores, subsectores, ramas y actividades de la economía de un país, registradas en distintas fuentes. Es por ello que en esta investigación se ha utilizado la categoría operativa de "actividades económicas características de la cultura" (AECC), que corresponden a aquellas actividades económicas que formarían parte del "sector cultural" y que se ha conseguido identificar gracias a una revisión y selección de las actividades incluidas en el Código Internacional Industrial Uniforme (CIIU) de acuerdo a criterios teóricos, pero también operativos y empíricos.

No obstante lo hasta aquí dicho, la medición y cualificación de la magnitud del aporte de las AECC a la economía de un país encuentra otra limitación de orden operativo al considerar que muchas actividades culturales son llevadas a cabo por entidades sin fines de lucro. En este sentido, la pretensión de cuantificar las transacciones de un determinado tipo de bienes y servicios en el mercado y, así, conocer la magnitud e importancia del "sector" al que pertenecen, requiere que se distinga entre mercancías y no mercancías.

De acuerdo a las definiciones internacionales presentes en el Sistema de Cuentas Nacionales, por mercancía se entiende al bien o servicio destinado, normalmente, a su venta en el mercado a un precio que supera su costo de producción. Por analogía las no mercancías, responden generalmente a propósitos del oferente y no a fines de lucro y pueden estar a disposición en el mercado a un valor menor de su costo de producción, con el fin de satisfacer necesidades sociales y/o culturales.

La comercialización de un cuadro o el servicio de exhibir una película, por un lado y las actividades (recital, exposición, etc.) desarrolladas por una fundación cultural sin

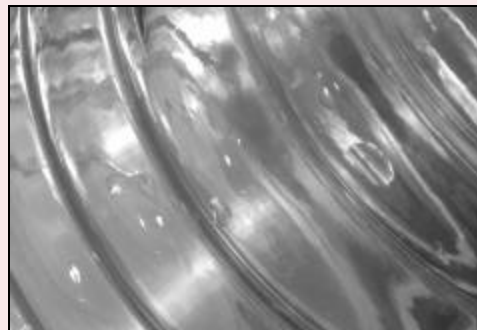
fines de lucro, por el otro, serían ejemplos que grafican ambas situaciones. Con ello se constata que la oferta de bienes y servicios culturales puede provenir tanto de "mercancías", como de "no mercancías".

Lo anterior es correcto no obstante las formas en que se llevan a cabo los procesos productivos que las generan: sean parte o no de mecanismos de producción y reproducción en serie; se trate de producciones artesanales o de creaciones de gran sofisticación técnica y elaboración exclusiva; etc. Para efectos de este estudio, sólo se contabilizaron los bienes y servicios culturales correspondientes a la noción de mercancías, condición impuesta por las características de los sistemas de medición utilizados.

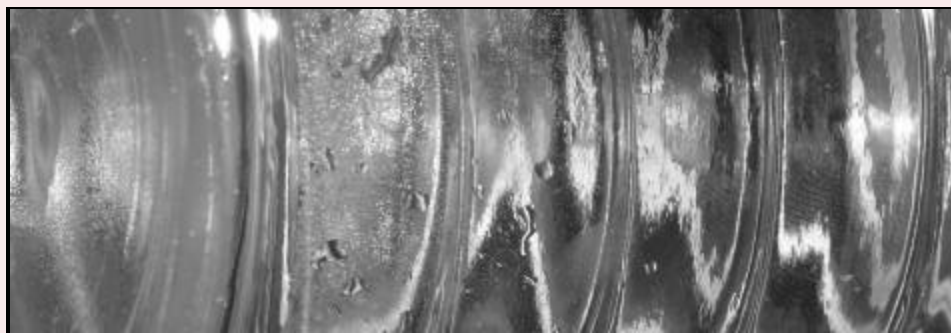
### Un modelo posible de delimitación

Rearticulando lo hasta aquí dicho, en este momento se puede ensayar una taxonomía de las actividades culturales que participan del ámbito de interés de un estudio como el presente. Dicho ordenamiento tendría la estructura de círculos concéntricos, denotando los grados de importancia de las actividades en tanto productoras de sentido y a la vez estructuradoras de nuevas y diversas actividades.

Si aceptamos las características esenciales de las actividades culturales señaladas anteriormente, es posible acercarnos a una estructura donde estén presentes en el centro las llamadas artes creativas. Ellas son



capaces de irradiar hacia el exterior nuevas actividades fruto de la combinación de las ideas y otras aportaciones, dando lugar a una gama de actividades cada vez más amplia. Así, en el núcleo del modelo se encuentran las artes clásicas: música, teatro, danza, literatura, cine, artes visuales y artesanías. Este espacio es susceptible de ampliación atendiendo a las nuevas actividades que surgen como resultado de las innovaciones técnicas (multimedia, artes por computador, etc.) o de enfoque (teatro-danza, performances, etc.)



El siguiente anillo de actividades refiere a aquellas cuya producción se ajusta a la definición de bienes culturales arriba definidos, pero en las que también se producen otros bienes y servicios no vinculados al área cultural. En este sentido, la "densidad" de la producción de bienes culturales es relativamente más baja que en el núcleo. En general, en este sector se puede encontrar la publicación de libros y revistas, la televisión, la radio, la prensa e internet.

El último círculo, como frontera del ámbito cultural, está compuesto por actividades que, en lo esencial, funcionan fuera del ámbito de la producción de bienes culturales. Sin embargo, algunos de sus productos poseerían cierto grado de contenido cultural. Es el caso de la publicidad, donde parte de su proceso productivo exige el concurso de ciertas destrezas artísticas. El turismo, es un caso similar en tanto existen segmentos del mercado turístico que tienen una base cultural y cuya oferta de servicios se soporta en esta dimensión. Los servicios arquitectónicos están en una situación similar, en tanto el diseño comúnmente supera lo estrictamente funcional.

Esta taxonomía involucra al universo completo de lo que podría definirse como "sector cultural" en la economía, al mismo tiempo que proporciona un criterio de diferenciación en su interior. De acuerdo a ella se puede efectuar una catalogación con sentido teórico de las AECC consideradas en un estudio de Economía de la Cultura, sin por ello otorgar preeminencia en la estimación cuantitativa a ninguna en particular. Dado que sólo se cuenta con antecedentes cuantitativos referidos a las actividades cuyas transac-

ciones son formales, la ponderación que pudiera hacerse de la magnitud de los distintos anillos del esquema pasa, necesariamente, por la identificación precisa de todas las actividades involucradas.

De igual forma, observar las actividades culturales de acuerdo a este esquema tiene la ventaja, no sólo de entregar una clasificación de las mismas, sino de integrarlas en un ordenamiento con sentido teórico que provee de hipótesis para considerar la importancia relativa de ellas o, mejor, de las que se ubican en cada uno de los respectivos "anillos".

Además, el diseño de círculos concéntricos de ampliación progresiva, permite la adicción de otro anillo, o anillos subsiguientes, en los que se integraría otro tipo de actividades (como por ejemplo las relativas al ocio y la recreación) que, desde otras perspectivas analíticas como son las mediciones del consumo cultural, tienen gran incidencia a la hora de captar la dinámica del "sector cultural". En este sentido, es clara la ventaja que entrega un esquema tal para facilitar el diálogo entre acepciones más restringidas y más amplias de dicho sector.

En este caso, su mayor utilidad se vincula a la oportunidad de proyectar intuitiva o hipotéticamente, las incidencias que pudieran tener, en términos económicos, las distintas AECC consideradas al interior del "sector cultural" chileno. ■

## Industrias culturales y desarrollo sustentable

Documento final del seminario

(Organizado por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, la Secretaría de Relaciones Exteriores de México y la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI) - Ciudad de México, 1 y 2 de abril de 2004)

Este documento es el resultado de la reunión de expertos representantes de América Latina y Europa realizada en abril de este año en la ciudad de México, organizada por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, la Secretaría de Relaciones Exteriores de México y la Organización de Estados Iberoamericanos para la Educación, la Ciencia y la Cultura (OEI).

El mismo refleja las principales recomendaciones de los expertos para la 3ª Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de la Unión Europea, América Latina y el Caribe realizada en mayo de este año.

Los expertos de ambas regiones reunidos en este Seminario preparatorio de la 3ª Cumbre de Jefes de Estado y de Gobierno de la Unión Europea, América Latina y el Caribe, a celebrarse en Guadalajara, Jalisco, en mayo del 2004, acuerdan proponer los siguientes enunciados y acciones específicas:

### Principales enunciados

Impulsar la asociación estratégica de corto, mediano y largo plazo entre la Unión Europea, América Latina y el Caribe, como acción fundamental para propiciar la recomposición de los mercados internacionales y fomentar la diversidad cultural.

Impulsar estrategias y políticas en torno a las industrias culturales basadas en la transversalidad sectorial e institucional y la creación de sinergias entre los sectores: Finanzas, Hacienda, Comercio, Medio Ambiente, Turismo, Comunicaciones, Educación, Cultura, etc., así como entre instituciones, empresas y el tercer sector.

Poner en marcha un nuevo activismo de los Estados que aliente políticas públicas y esquemas de cooperación e intercambio que fortalezcan el papel de los países menos desarrollados en los circuitos internacionales de producción, distribución y consumo de bienes y servicios asociados con las industrias culturales. Los Estados deben impulsar la promoción del sector mediante subsidios, créditos, incentivos fiscales, cuentas satelitales bancarias y otros mecanismos, ade-

más de apoyar a las culturas nacionales y locales, negociando excepciones y/o reservas culturales en la OMC, tratados de libre comercio, etc.

Definir políticas públicas y estrategias internacionales de cooperación entre ambas regiones, que reconozcan la diversidad y las asimetrías existentes no sólo entre ellas, sino al interior de cada una, a fin de crear políticas diferenciales que tiendan a disminuirlas.

Propiciar como acción de Estado, la libre circulación de bienes culturales en ambas regiones, para lo cual se requiere actualizar y hacer compatibles las legislaciones sobre derechos de autor y en torno a las nuevas tecnologías.

Aprovechar los esfuerzos creados en el conocimiento, análisis y definición de políticas públicas tanto en América Latina como en Europa, así como en diversos espacios y organismos de cooperación multilateral, bilateral o regional (MERCOSUR, Organización de Estados Iberoamericanos, Convenio Andrés Bello, el Informe sobre Desarrollo Humano del PNUD de Chile, etc), como ejemplos de estrategias, metodologías y buenas prácticas en relación con las industrias culturales.

### Acciones

Impulsar en ambas regiones, estudios cuantitativos y cualitativos en torno a las indus-

trías culturales y su contribución al Producto Interno Bruto en cada país, articulando a los sectores culturales y económicos, los responsables de las cuentas nacionales y de las relaciones exteriores.

Crear sistemas de información macroeconómicos sobre las industrias culturales y avanzar en la creación de cuentas satélites en los sistemas de cuentas nacionales, fomentando la cooperación entre ambas regiones, a fin de analizar qué se cuantifica, cómo se captura y para qué, subrayando que los datos deben relacionarse con la participación social y la cultura política para avanzar no sólo en la construcción de estadísticas, sino de indicadores culturales que evalúen el sentido público de la cultura.

Crear observatorios culturales y conformar redes entre los existentes, que analicen y propongan repertorios de políticas públicas acordes a la diversidad de las naciones.

Crear un mapeo de industrias culturales en ambas regiones y un glosario que reúna las definiciones especializadas para poder hacer avanzar las negociaciones. Asimismo, realizar un mapeo de qué aportan las ONG`s en América Latina y El Caribe en la materia.

Crear un Portal Euro Americano sobre Industrias Culturales para compartir experiencias, metodologías, estudios, estadísticas e indicadores culturales.

Promover la firma de una Carta o Convención de Cooperación Cultural Iberoamericana para sentar las bases de la cooperación cultural entre la Unión Europea, América Latina y El Caribe.

Definir estrategias conjuntas para impulsar el reconocimiento de la diversidad cultural como "principio general del derecho internacional" en la futura Convención de la Diversidad Cultural que promueve la UNESCO, a fin de dar un marco jurídico internacional que permita ejercer la defensa de los intereses culturales de las naciones.

Actualizar y equiparar las leyes de derecho de autor, legislar en relación con las tecnologías digitales y actualizar la legislación penal para combatir la piratería y apoyar a los creadores.

Crear grupos interdisciplinarios que incluyan juristas y economistas para analizar el aporte de la cultura a las economías nacionales, los esquemas de administración de las industrias culturales y la efectividad de la legislación de la competencia en esta materia, así como los derechos de autor comunitarios y los anónimos, es decir, revisar el concepto tradicional de dominio público en el derecho de autor y analizar el reconocimiento que debe otorgarse a los derechos colectivos.

Impulsar políticas de inversión y fortalecimiento del sector productivo a fin de generar una industria nacional que impulse a los agentes económicos locales, establezcan mecanismos de estímulo fiscal y condiciones económicas propicias.

Crear programas nacionales de apoyo a las PYMES en el terreno cultural, a fin de fomentar el empleo, el fortalecimiento del tercer sector y la diversidad de opciones.

Formular acuerdos entre los Gobiernos para la distribución del cine y la libre circulación de copias de las películas en ambas regiones; crear a través de Ibermedia un programa especial de distribución del cine de ambas regiones.

Crear en ambas regiones empresas de distribución y exhibición cinematográfica nacionales para diversificar la oferta al espectador y crear redes de salas de exhibición. Igualmente, fortalecer el papel de la televisión en la producción y difusión cinematográfica, así como en la formación de públicos.

Impulsar una señal satelital interregional que emita especialmente películas de ficción y documentales de América Latina, El Caribe y la Unión Europea.

Crear programas de educación de públicos en relación con la oferta cultural y su relación con la tecnología, para favorecer no sólo el consumo, sino la capacidad de apropiación e interacción con la diversidad.

Promover en América Latina la intervención de los Estados sobre sus sistemas satelitales y la regulación de las compañías telefónicas a través de cuotas de compensación para frenar la piratería por medios digitales. Igualmente, explorar la posibilidad de establecer el mecanismo de la copia privada que funciona en Europa, para promover la recuperación de recursos a las sociedades autorales.

Incorporar los sistemas de información digitales para la gestión electrónica de los derechos autorales e impulsar recursos para enriquecer archivos de imagen, sistematizar, preservar y difundir la memoria audiovisual de los países latinoamericanos y promover su intercambio con la Unión Europea.

Fomentar un nuevo perfil entre los gestores culturales en ambas regiones, a fin de favorecer su visión sustentable de los procesos culturales y del desarrollo, el trabajo intersectorial y formar una red de programas de formación de gestores culturales. ■

# D

## Declaración de Buenos Aires

### II Encuentro Internacional sobre Diversidad Cultural

**Producto del reciente II Encuentro Internacional sobre Diversidad Cultural: Las Industrias Culturales en la Globalización, organizado por la Secretaría de Cultura del GCBA, se redactó la Declaración de Buenos Aires que impulsaron representantes de la sociedad civil, de Coaliciones y Foros para la Defensa de las Industrias Culturales y la Diversidad Cultural, de Asociaciones de Profesionales y Trabajadores de la Cultura, y responsables gubernamentales de la cultura de la Ciudad de Buenos Aires, de otras ciudades de la Argentina, de la región y el mundo.**

Nosotros, representantes de la sociedad civil, de las Coaliciones y los Foros para la Defensa de las Industrias Culturales y la Diversidad Cultural, de las Asociaciones de Profesionales y Trabajadores de la Cultura, y responsables gubernamentales de la Cultura, en tanto creadores, actores, autores, compositores, realizadores y directores, músicos, intelectuales, técnicos y artistas plásticos, así como productores independientes de películas, televisión y música, editores, organismos de radiodifusión, editores y distribuidores de la industria del libro y discográfica, participantes del "II Encuentro Internacional sobre Diversidad Cultural" denominado LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN LA GLOBALIZACIÓN, conscientes de nuestro rol y de nuestras responsabilidades como coprotagonistas del quehacer cultural y portadores de nuestras identidades, elaboradas en el seno y como expresión de nuestras sociedades, decimos que:

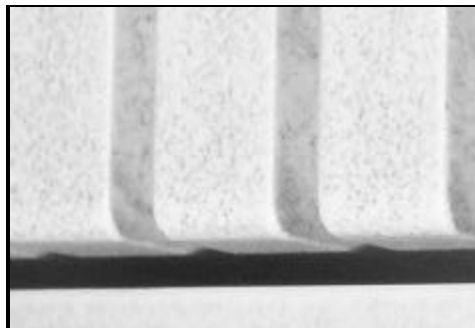
La cultura no es una mercancía, y solamente políticas públicas de fomento, la capacidad del Estado como un actor insustituible en el desarrollo cultural de la nación, junto a creadores, productores culturales y a la sociedad civil, pueden permitir que una verdadera diversidad de los contenidos culturales y expresiones artísticas lleguen a realizarse y darlas a conocer al mayor número de ciudadanos.


Los profesionales de la cultura, conscientes del papel que nos corresponde como representantes de la sociedad

civil, estamos directamente interesados en participar y fomentar el debate sobre el significado de la diversidad cultural.

Reivindicamos nuestra capacidad de crear obras y ponerlas a disposición a nivel nacional. Al mismo tiempo, deseamos tener la posibilidad de hacer circular nuestras obras a nivel internacional y ofrecer la oportunidad, al mayor número de nuestros ciudadanos, de enriquecerse con las expresiones culturales y artísticas provenientes de todos los pueblos del mundo.

La mundialización y los progresos tecnológicos pueden facilitar la circulación de bienes y servicios culturales y promover los contactos y los intercambios entre las culturas. Pero su capacidad de orientarse en esta dirección se pone en entredicho cada vez más debido a las presiones económicas que acentúan la dominación de los merca-





dos por las grandes multinacionales de la diversión y la estandarización de la producción. Las negociaciones comerciales, cuya tendencia consiste en considerar la cultura como cualquier otro bien o servicio, añaden otra dimensión a esta presión económica sobre la cultura.

La decisión de la UNESCO, el pasado mes de octubre, de emprender la elaboración de una convención sobre la diversidad de los contenidos culturales y expresiones artísticas constituyó una considerable victoria en la campaña por establecer con claridad la especificidad de los productos culturales. Junto a los rápidos progresos que desembocaron en la publicación en julio de 2004 de un anteproyecto de convención, representan una señal alentadora.

Pero la presión creciente de las negociaciones comerciales internacionales sobre la cultura, principalmente y la reciente conclusión de numerosos acuerdos bilaterales de libre intercambio crean una verdadera urgencia en el proceso en curso, y ponen de relieve la importancia que reviste para los Estados el no asumir ningún compromiso de liberalización que pueda afectar a la cultura en el transcurso del período crítico durante el cual se redactará, adoptará y se ratificará la convención.

Por todas estas razones, es indispensable que los 190

Estados miembros de la UNESCO adopten en la próxima Conferencia General (otoño 2005) una Convención fuerte, reafirmando el derecho del que disponen los Estados de mantener sus políticas culturales existentes y seguir desarrollando medidas de estímulo y de regulación del intercambio cultural en un marco de reciprocidad y de respeto a la diversidad.

Esta convención deberá poder contrapesar los acuerdos de comercio internacionales y deberá contener una disposición clara, relativa a sus relaciones igualitarias con los otros instrumentos internacionales existentes.

Es por ello que exhortamos a los gobiernos de nuestros países a:

Sostener firmemente, a través de sus representantes, la elaboración en la UNESCO de una convención internacional sobre la diversidad cultural que sentará una base jurídica internacional para que los Estados y Gobiernos dispongan de un derecho fundamental para determinar libremente sus políticas culturales propias.

Abstenerse de efectuar todo compromiso de liberalización relativo al intercambio de los bienes y servicios en todos los sectores culturales, en las negociaciones comerciales bilaterales, regionales y multilaterales. ■

**ECONOMÍA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN LA GLOBALIZACIÓN DIGITAL**

**Claudio Rama**  
**Editorial EUDEBA. Año 2003.**  
**212 PGS.**



Este libro de Claudio Rama tiene la principal virtud de funcionar como una muy buena introducción a las problemáticas de las industrias culturales. Cada capítulo comienza con definiciones y relatos históricos de un tema, hasta describir sus situaciones actuales. El orden en que se plantean las problemáticas van desde la visión general de la cultura y sus productos en relación al campo de la producción, pasando por el análisis de demandas, ofertas, comercialización y financiamiento. En

nuestra opinión la mirada descriptiva del autor suele dejar de lado los resultados de la presión del mercado en la circulación de bienes culturales, pero a pesar de eso, es bienvenida una organización temática clara y didáctica dentro de un ámbito usualmente tan disperso e imbricado como el tema de la intersección entre cultura y economía.

**LA INDUSTRIA CINEMATOGRAFICA EN LA ARGENTINA**  
**Entre los límites del mercado y el fomento estatal -**

**Diciembre de 2003.**  
**Pablo Perelman y Paulina Seivach**



Este trabajo del CEDEM (Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano) marca el inicio de los estudios específicos económicos dentro del ámbito cultural en nuestro país, y obtuvo una merecida valoración en distintos ámbitos, incluso del sector analizado, y es habitualmente citado como material de consulta. Es un trabajo exhaustivo, en donde se recorre toda la cadena económica de la realización y comercialización de una película, con especial detalle del tema de los subsidios, incluyendo reflexiones y sugerencias acerca de cada uno de los temas

no resueltos. Uno de los aportes inéditos de este trabajo es la puesta en contexto de la información desde el punto de vista del productor, en donde se considera los márgenes de viabilidad de una película en relación a los incentivos ofrecidos y la venta mínima de entradas para poder recuperar el capital invertido.

Esta publicación se puede bajar de la red en la dirección:  
[www.cedem.org.ar/areas/des\\_economico/cedem/especiales/industriaCinematograficaenArgentina.pdf](http://www.cedem.org.ar/areas/des_economico/cedem/especiales/industriaCinematograficaenArgentina.pdf)

**IMPACTO DEL SECTOR FONOGRAFICO EN LA ECONOMIA COLOMBIANA**

**Economía y cultura - Convenio Andres Bello.**  
**Noviembre 2003**



El Convenio Andrés Bello publicó 6 estudios referidos a la relación entre Economía y Cultura, todos ellos muy completos, con excelente información y una cuidada edición.

Este trabajo se centra en la industria discográfica de Colombia, lo que a pesar de las diferencias y vaivenes de la economía de referencia en relación a la argentina, es muy útil para comparar como herramienta de comparación. Los distintos capítulos se refieren a: el mercado mundial de la música, el impacto del sector fonográfico en la economía colombiana, consumo del sector, conclusiones y perspectivas. Es de destacar las encuestas y análisis realizadas acerca del consumo de música, inéditas en su grado de apertura.

Página web: <http://www.cab.int.co/>

**REVISTA OBSERVATORIO DE MEDIOS**

**De la Unión de Trabajadores de Prensa de Buenos Aires.**  
**Número de Junio-Agosto de 2004.**  
**"Aquí y Ahora"**



Este es el segundo número de la revista del Observatorio de Medios- UTPBA, en donde se aborda principalmente el tema de la distribución de ingresos a nivel mundial y local, con un foco puesto en el área de los trabajadores. En los diversos estudios que la integran se destacan las implicancias de la concentración de los medios y su repercusión en la economía salarial, las operaciones simbólicas que recorren los contenidos presentados en las diversas fuentes de noticias, los debates entre los espacios privados y públicos, siempre desde una mirada atenta a las ideologías subyacentes en los discursos circulantes.

Página web: [www.observatorio.org.ar](http://www.observatorio.org.ar)



## INDUSTRIAS CULTURALES: MERCADO Y POLÍTICAS PÚBLICAS EN ARGENTINA

-Compilación Secretaría de Cultura de la Nación -  
Ediciones CICCUS - Año 2003 - 226 PGS.



Este libro compila informes y análisis de distintos sectores de las industrias culturales de la Argentina. En la primera parte se presentan diversos estudios realizados por investigadores y especialistas; y en la segunda sección incluye la perspectiva de la industria a partir del enfoque realizado por las respectivas Cámaras, Federaciones, Asociaciones y Sociedades de Autores. Así, en la primera sección aparecen análisis respecto a la Propiedad Intelectual (Delia Lipszyc) y "La Concentración de las Industrias Culturales" (Martín Becerra, Pablo Hernández y Glenn Postolski) entre otros. En la segunda sección, se inclu-

yen trabajos de las diversas organizaciones vinculadas a la producción cultural. En la sección del audiovisual incluye un trabajo de Pablo Rovito y Julio Raffo para FAPCA donde analizan el "mercado y la política cinematográfica" y uno sobre las productoras independientes de la televisión realizado por la cámara que las nuclea (CAPIT). La sección Edición incluye trabajos de la CAL (Cámara Argentina del Libro), de ADIRA (Asociación de Diarios del Interior de la República Argentina), de SADAIC y ARGENTORES. Finalmente en la sección Radiodifusión hay artículos de ATA (Asociación de Teleradiodifusoras Argentinas), de ARPA (Asociación de Radiodifusoras Privadas Argentinas), de ATVC (Asociación de Televisión por Cable), COSIT-MECOS (Confederación Sindical de Trabajadores de Medios de Comunicación Social) y de la Federación Argentina de Radios Comunitarias. Esta publicación es uno de los primeros intentos para reflejar las problemáticas del sector en su conjunto y dar impulso a las consideraciones económicas y políticas de estas industrias.

## INDUSTRIAS CULTURALES: INCIDENCIA ECONOMICA Y SOCIOCULTURAL, INTERCAMBIOS Y POLÍTICAS DE INTEGRACIÓN REGIONAL.

Secretaría de Cultura y Medios de Comunicación  
República Argentina -  
Organización de Estados Americanos - Año 2001. - 154 PGS.

Esta publicación fue el resultado de un acuerdo de ministros de Cultura del MERCOSUR que aprobaron el proyecto elaborado en la Secretaría de Cultura de la Argentina y que tenía como objeto promover la realización de estudios del sector de las industrias culturales a nivel regional. El objetivo de este escrito era preparar las bases para una futura etapa de ejecución conjunta internacional. Este libro contiene los resultados de la primera etapa, con los informes preliminares nacionales de Argentina, Brasil y Uruguay, como así también información complementaria de Chile y Bolivia, realizados por los expertos convocados. Octavio Getino por la Argentina, Gabriel O. Alvarez, por Brasil, Ruben Loza Aguerreberre por Uruguay. Además, incluye un adelanto del trabajo realizado por la División Cultural del Ministerio de Educación por Chile y un trabajo circunscripto a la ciudad de la Paz realizado por Eric Torrico Villanueva por Bolivia. La publicación cuenta con el auspicio de la OEA (Organización de Estados Americanos).



## INDÚSTRIAS CULTURAIS NO MERCOSUL AUTORES VARIOS

INSTITUTO BRASILEIRO DE RELACOES INTERNACIONAIS  
Año 2003  
574 PGS.

Este libro comenta el alcance de los trabajos realizados por veinte expertos del sector académico acerca de las industrias culturales a nivel MERCOSUR con trabajos a nivel regional y de los siguientes países: Argentina, Brasil, Uruguay, Paraguay, Chile, Bolivia y la Comunidad Andina.

Entre los autores debe destacarse los aportes de Celso Furtado, José Flavio Sombra Saraiva, Nestor García Canclini, Mónica Lacarrieu, Gabriel O. Alvarez, Luis Stolovich, Antonio Gómez Mallea, Francisco Perz Maricevich, el CAB (Convenio Andrés Bello) y la Unidad de Estudios de Chile. Este proyecto fue realizado con el apoyo del Instituto Brasileiro de Relaciones Internacionales, a partir del fuerte impulso de Norma Schmitt (Directora Ejecutiva del Instituto de Cultura Uruguayo-Brasileiro) con el objeto de difundir al público masivo los análisis de los expertos en relación al ámbito productivo cultural. Es en definitiva, un compendio amplio y cabal de la situación de las Industrias Culturales en la región y la agenda de acción necesaria para superar los desafíos a los que se enfrentan. Ver [www.ibri-rbpi.org.br](http://www.ibri-rbpi.org.br)





## Buenos Aires Set de Filmación

Secretaría de Cultura  
Subsecretaría de Gestión e Industrias Culturales

Página web: [www.buenosaires.gov.ar/baset/](http://www.buenosaires.gov.ar/baset/)

Correo electrónico: Dirección: Sarmiento 1551 4º piso

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

TE: 54 11 4371-8308 / 4372-2104 / 2706 interno 223



Secretaría de Cultura  
Subsecretaría de Gestión e Industrias Culturales

### Medios:

**ObservatoriO**  
Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires

Boletín electrónico



Portal: [www.buenosaires.gov.ar/observatorio](http://www.buenosaires.gov.ar/observatorio)

Contáctenos: Av. de Mayo 575 PB ofic. "5"

TE: 4323-9705

e-mail: [observatoriocultural@buenosaires.gov.ar](mailto:observatoriocultural@buenosaires.gov.ar)



**música BA**

**Dirección de Música de la Ciudad**

Secretaría de Cultura  
Subsecretaría de Gestión e Industrias Culturales

Página web: [www.buenosaires.gov.ar/cultura/musica/](http://www.buenosaires.gov.ar/cultura/musica/)

Correo electrónico: [mbaprensa@buenosaires.gov.ar](mailto:mbaprensa@buenosaires.gov.ar)

Dirección: Sarmiento 1551 5º piso

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

TE: 54 11 4372-2706 / 2351 / 4372-3981

 **elDorrego**  
**FERIAS DE DISEÑO**

Secretaría de Cultura  
Subsecretaría de Gestión e Industrias Culturales


Página web: [www.cmd.org.ar](http://www.cmd.org.ar)

Correo electrónico: [eldorrego@cmd.org.ar](mailto:eldorrego@cmd.org.ar)

Dirección: Zapiola y Dorrego

Ciudad Autónoma de Buenos Aires

TE: 54 11 4126 2966



## Dossier Economía y Cultura

Néstor García Canclini "La expansión económica y comunicacional propiciada por las industrias culturales no beneficia equitativamente a todos los países, ni regiones"

Germán Rey "Adan Smith, una de las figuras centrales de la economía, incluyó las profesiones "sinuosas", que son aquellas en que sus productos se desvanecen en el instante mismo en que son consumidos. La taxonomía de Smith partía de la existencia de sectores improductivos de la economía, como la religión o las artes. Esta idea de improductividad sobresaltó durante siglos a las realizaciones de la cultura. Incluso hasta ahora, algunos persisten en esa afirmación; la cultura sería mas costo que inversión, subsidio que realización productiva".

Lluís Bonet "El análisis económico de la cultura se nutre de una aportación muy interdisciplinaria, como consecuencia de la confluencia de distintas ciencias sociales en este ámbito"

Ministerio de Cultura de España "Aun así, la realidad cultural se resiste a ser reducida a cifras, sobre todo a causa de un prejuicio intelectual, casi atávico. Cualquier actividad humana imaginable -la agricultura, el comercio, la industria, la minería- ha sido y es objeto de un profundo y extenso tratamiento estadístico, algo que tan solo parcialmente ha comenzado a llevarse a cabo en el terreno de la cultura".

Convenio Andrés Bello "Algunos de los factores explicativos de los niveles de desarrollo económico de determinado territorio están en sus procesos culturales. La eficiencia, la distribución y las formas organizativas de las empresas pueden estar condicionadas también por las distintas culturas. El conjunto de creencias y valores, a su vez, se ve afectado por los fenómenos económicos. Muchas de las prácticas comunes se ven influidas por dimensiones económicas y varios de los fenómenos económicos, como las normas de intercambio, influyen en los valores y creencias de una determinada cultura".