

## CAPÍTULO I

# ECONOMÍA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN LA GLOBALIZACIÓN DIGITAL

*Claudio Rama*

## LA CULTURA COMO RELACIÓN SOCIAL

### Formas y contenidos

La cultura, como categoría compleja, acepta y permite para su análisis un amplio conjunto de abordajes. Una de las posibles distinciones para su estudio se orienta a separar el examen de las formas específicas en las cuales se realiza la producción cultural del análisis de los contenidos específicos en términos temáticos de dicha producción. En general, prevalecen los estudios encauzados hacia el contenido y los significados; pocas veces son considerados el envase, el medio o la forma como determinantes en la realización cultural.

Entre estos últimos análisis podemos destacar los de Mc Luhan sintetizados en la famosa frase "el medio es el mensaje".<sup>1</sup> Algunas investigaciones han establecido vínculos e interdependencias entre la forma en que se originan los hechos culturales y sus contenidos mismos. Sin embargo, es conveniente hacer una clara distinción metodológica entre la "forma" y el "contenido" para lograr una mejor aprehensión y comprensión de los fenómenos culturales desde nuevas perspectivas que permitirán, sin lugar a dudas, enriquecer la propia producción cultural y nuestra visión de la cultura como relación social.

4

Mientras que las investigaciones sobre los "contenidos" se encauzaron hacia las lecturas estéticas, filosóficas, textuales, psicológicas, narrativas, etc., las referidas a las "formas" lo hicieron, entre otras, hacia las consideraciones económicas, legales, tecnológicas, organizacionales, autorales o laborales bajo las cuales se genera la producción cultural. El estudio (de las "formas" implica, asimismo, un abordaje distinto desde la perspectiva de los criterios metodológicos de trabajo, los instrumentales técnicos y las interrelaciones con otras disciplinas.

Estas corrientes de investigación de las "formas" se desarrollaron en dos direcciones. Por un lado, desde la orientación que marcaron los estudios de los "contenidos" culturales cuando extendieron su radio de acción e incluyeron los contextos en los cuales se producían los hechos culturales, incorporando herramientas de disciplinas como la historia, la sociología, la política, la antropología, la lingüística, la semiótica o la economía. El objetivo fue el análisis de los "contenidos" desde la perspectiva de

considerar a la producción cultural como una expresión de sociedades concretas en sus múltiples determinaciones.

La otra línea de investigación se generó cuando los agentes económicos -a la hora de determinar sus inversiones-, las autoridades nacionales -en ocasión de formular políticas- y los organismos internacionales -en el momento de recabar información y orientar estrategias- comenzaron a utilizar instrumentales de otras disciplinas, no propiamente culturales, con el propósito de obtener respuestas en forma precisa y fiable. La lenta transformación de los bienes culturales en mercancías y la conformación de circuitos de acumulación de capitales en el sector cultural contribuyeron decididamente también a la búsqueda de una comprensión más científica de los fenómenos de la producción cultural. Desde ese aspecto, se afianzó un nuevo enfoque, que rápidamente se autonomizó del análisis de los "contenidos" culturales mismos, para focalizarse en el estudio de las "formas" de la producción cultural.

El abordaje de los fenómenos culturales desde las "formas" hizo posible el desarrollo de metodologías propias de análisis y disciplinas muy variadas. Algunas de ellas más cercanas al hecho cultural, como la antropología, la sociología cultural o la lingüística, otras, más distantes y recientes en el tiempo, como la economía cultural, la gestión cultural, el derecho cultural o la tecnología de la cultura. No obstante, las diferencias entre las diversas disciplinas que se orientan hacia el análisis de las "formas" no radican simplemente en si los contenidos simbólicos están presentes en mayor o menor medida en el objeto de estudio, sino también en la existencia de diversas concepciones para examinar el hecho cultural, por cuanto existe una relación directa entre el punto de vista que se adopte y el tipo de abordaje teórico-metodológico que se seleccione para su análisis.

## El concepto de cultura como relación social

El concepto de cultura admite diversas interpretaciones desde las cuales se estructuraron, históricamente los enfoques teórico-metodológicos para su análisis. Sin embargo, todas esas interpretaciones remiten a una definición y a una conceptualización de la cultura como una relación social entre los hombres.

La cultura, más allá de constituirse como un acto creativo (cultura bellas artes), de expresar a una sociedad (cultura antropológica) y de encerrar una realidad económica (cultura producción mercantil), es una relación social entre hombres. No es sólo una expresión de hombres y sociedades, sino de toda cultura específica implica, expresa y contiene una determinada forma de las relaciones entre los hombres.

La historia de la sociedad es también la historia de la cultura, no sólo en función de los contenidos temáticos de los productos culturales, sino también a partir de las características y de las modalidades de los diversos procesos de producción. La producción cultural no es independiente de las formas históricas de producción ni tampoco de las contradicciones y conflicto que atraviesan las sociedades. Así, para nosotros, el conjunto de las relaciones sociales existentes en un momento y en un lugar dado, son las que determinan la última instancia el quién y el cómo de la creación del consumo cultural tanto en sus contenidos como en sus formas de producción<sup>2</sup>.



La creación es tanto un acto individual como, colectivo, pero adquiere expresión y significado cultural cuando es asumida por determinados segmentos sociales específicos, cuando recibe un reconocimiento colectivo. En ese momento obtiene categoría y calidad de producto cultural y deja de ser un mero acto creativo. El colectivo otorga significación y dimensión a la creación individual, que a través de un mercado se enajena del creador y toma su rol como producto cultural.

En el caso de los estudios contemporáneos orientados al análisis de los procesos en se producen los hechos culturales como la gestión, la legislación, la economía, el *marketing* o la tecnología, realizamos no sólo un abordaje diferente encauzado a las "formas" sino también al análisis de la producción cultural en un mundo donde predomina el carácter mercantil, fuertemente globalizado en la producción simbólica e insertó en un creciente procesos de digitalización.

6

### *a. Los paradigmas económicos tradicionales*

Hasta aquí hemos visto que las diferentes concepciones sobre la cultura requieren abordajes diversos para comprender los fenómenos específicos. Sin embargo, el análisis de la cultura como producción mercantil simbólica no puede realizarse desde los presupuestos clásicos.

Los paradigmas tradicionales no logran explicar la complejidad y las características propias de los fenómenos culturales modernos desde el punto de vista económico. Muchos investigadores, como Luis Stolovich, han observado esta dificultad: "La valorización de la producción cultural ofrece problemas desde el punto de vista teórico que exigen un tratamiento no convencional. Las particularidades de gran parte de la producción de bienes y servicios culturales, así como la especialidad de la demanda, determinan reglas de formación y de valor que no encuadran adecuadamente en los marcos teóricos existentes".<sup>3</sup>

El instrumental marxista no se ajusta al análisis cultural económico, en la medida en que define el valor en el ámbito del trabajo concreto o socialmente necesario; mientras que en la producción cultural, como vamos a analizar, el valor se determina casi exclusivamente desde el lado de la demanda y toma en cuenta factores como la subjetividad de los gustos y modas. En otra oportunidad analizamos que Marx supone que el trabajo es el único generador de valor, axioma que como tal no se fundamenta, pero que constituye la plataforma sobre la cual se acopla otro supuesto básico altamente complejo: que la ganancia total es idéntica a la plusvalía total o, dicho en otros términos, que el trabajo expropiado es la única fuente de ganancia. Sobre ambos supuestos Marx desarrolla su solución al problema de la transformación de los valores en precios, la cual nunca pudo verificarse ya que no tiene sentido transformar el valor —una categoría de la cual no podemos tener ninguna manifestación— en precios de producción, un concepto dominado por los procesos mercantiles.

Pero, además, una parte muy importante de la escuela crítica sigue viendo el ámbito de la comunicación y la cultura como espacio meramente ideológicos, de reproducción social y que se expresan económicamente en forma de servicios inmateriales e improductivos. Ese punto de vista del marxismo ortodoxo identifica sólo lo productivo con lo material.<sup>4</sup>

Marx continuó el camino de Ricardo: conformar una teoría económica del sistema capitalista, sin asumir los conceptos de escasez, demanda y tiempo, sin los cuales no existe la "economía".<sup>5</sup> Podríamos decir que ése fue el camino incorrecto de Ricardo en sus conceptualizaciones sobre la renta absoluta y la renta diferencial (que Marx también tomó en cuenta) donde se expresaba el concepto de escasez y productividad que daría lugar a la economía clásica. Si el valor es algo más que el trabajo, y con la revolución tecnológica ello sé hizo notorio; si el valor tiene fuentes distintas al trabajo —aun aceptando el hecho de que son complementarias o adicionales—, lo económico debe ser abordado a partir del mercado y no del proceso de trabajo, desde el cual no es posible comprenderla realidad, inclusive asumiendo que ella sea cognoscible sobre la base de una epistemología búngiana o popperiana.<sup>6</sup>

Los productos culturales, en la mayor parte de los casos, no poseen un valor de uso en sí mismos, pero sí un valor de cambio que no está establecido por sus costos de producción directos y marginales, ni por los costos asociados al tiempo de trabajo socialmente necesario de producción, sino por los valores que determina la demanda. Es el caso, por ejemplo, de bienes no culturales que tienen un valor de uso y de cambio, pero que, al perder su valor de uso por depreciación, inutilidad, vejez o rotura (como muchos bienes de consumo), pueden adquirir, con el transcurso del tiempo, un valor de cambio determinado por su contenido cultural —porque representan una época- y asumir una nueva categoría como antigüedades y, por lo tanto, estar sujetos a determinadas reglas en el marco de la economía de la cultura.

En el caso de los bienes culturales no es posible concebir ni analizar la transformación de los valores en precios -eje conductor de la teoría marxista- puesto que los precios se determinan desde la demanda, por los gustos, modas, hilitos o simplemente ente a partir de estrategias de *marketing*. Por otra parte, los esquemas, neoclásicos basados en los supuestos de racionalidad del consumidor de gustos estables y de utilidad marginal en la satisfacción del consumo tampoco son adecuados para comprender la especificidad del consumo cultural.

La determinación del precio de acuerdo con los supuestos neoclásicos -conocida como la teoría de los costos de oportunidad-define que el valor de un bien se expresa en la cantidad que se debe sacrificar de ese bien para liberar los recursos necesarios que posibiliten la obtención de una unidad más del producto a partir de la cual se logran ventajas comparativas. Esta teoría no permite explicar la formación de los precios de los productos culturales en tanto éstos están determinados por la subjetividad del consumidor. Los consumos artísticos constituyen una clara excepción a la teoría del decrecimiento de la utilidad marginal.

## b. *La economía de la cultura*

Ante la imposibilidad de explicar a partir de los paradigmas tradicionales la totalidad de los fenómenos culturales -debido a que, en nuestra opinión, la producción cultural es parte de la nueva economía simbólica e inmaterial del capitalismo postardío- se ha desarrollado en los últimos tiempos un conjunto de nuevas disciplinas para el análisis de la cultura en lo que se dio en llamar la nueva reflexión sobre las "formas" o los objetos culturales. En esta línea se insertan los estudios sobre legislación, administración y cooperación cultural, y economía de la cultura. Nacen del propio desarrollo de los análisis que indican la existencia de fuertes limitaciones cuando se restringen a estudios

culturales propiamente estéticos o de contenidos; a su vez, como vimos, son la continuación de los de contextualizar las manifestaciones culturales.

La economía de la cultura ha sido un área poco estudiada que sólo en los últimos años se constituyó como ámbito de reflexión de los sectores académicos, gubernamentales o empresariales -en parte, por su creciente dimensión económica.<sup>7</sup> La cultura representa en algunos países hasta el 6% del Producto Bruto y en algunas ciudades o regiones específicas la participación es todavía mayor, superando a una amplia cantidad de ramas industriales y/o sectores económicos.

Los análisis culturales que utilizan en distinta medida instrumentos económicos se desarrollaron en dos momentos. El primero de ellos se caracterizó por el simple manejo de herramientas económicas para el examen de los fenómenos culturales, en los cuales la economía -específicamente la estadística- aportaba las variables necesarias como, por ejemplo, información sobre consumo, producción o inversión para evaluar con mayor precisión la dimensión social de los hechos culturales en términos económicos. Estas herramientas aportaron información relevante y contribuyeron a la investigación de los contenidos temáticos de los productos culturales.

La segunda etapa del desarrollo de la economía de la cultura como enfoque estuvo marcada por los intentos de construcción de un arsenal de instrumentos teóricos y empíricos, específicos y propios, que permitieran definir un ámbito metodológico de análisis y, por lo tanto una perspectiva de aprehensión de la propia realidad. En esta línea de trabajo más moderna nosotros definimos la economía de la cultura. No la entendemos como la utilización de conceptos categorías económicas para contribuir al análisis de los fenómenos culturales, sino como la existencia de un ámbito de la producción cultural sujeto a reglas económicas propias en los procesos de producción, distribución, intercambio y consumo, que requieren, para su efectiva comprensión, del desarrollo de un instrumental teórico y metodológico específico.

La existencia de la "economía de la cultura" como disciplina requiere la previa delimitación de un ámbito propio y autonomizable de la realidad. Así como existe un sector de la economía relacionado con las finanzas que sigue leyes propias como las teorías del riesgo, o un área de recursos naturales no renovables vinculada con la renta del suelo, o la economía industrial determinada por los ciclos de las innovaciones tecnológicas, debería precisarse un área económica vinculada con la cultura, en tanto definimos la existencia de reglas de funcionamiento propias y específicas.

Asimismo, es preciso determinar también si la "economía de la cultura" tiene un lugar y un tiempo como ámbito de la realidad. Si su existencia se hubiera dado en un único lugar geográfico -por ejemplo, el sur de Italia-, no podría considerarse una teoría del funcionamiento de la realidad y, por ende, no existiría como disciplina, ya que para constituirse como tal se presuponen su generalidad y globalidad. Debe existir como una realidad a escala universal y no sólo local.

La localización de esta disciplina en el tiempo es más importante aún. Si pudiéramos afirmar que la "economía de la cultura" ha existido en todo tiempo y lugar, estaríamos haciendo referencia a una disciplina ahistórica de tipo científico o natural. Sin embargo, por definición acotamos que ella tiene como prerrequisito la existencia de una economía mercantil, que se origina en el tiempo histórico de esa economía.

Esto sucede porque el mercado aparece donde nace la división social del trabajo y la producción mercantil. Es una disciplina que requiere de productores (creadores), consumidores y un mercado donde éstos desarrollen su actividad,--su existencia es inseparable del concepto de la división social del trabajo.

Para otros autores como Françoise Benhamou se trata tanto de una nueva disciplina como uno de los terrenos fecundos de la reflexión sobre las fronteras de la ciencia y sobre la legitimación del esfuerzo por superar dichas fronteras".<sup>8</sup> Para esta autora "al Pretender defender a todo precio la especificidad de la economía de la cultura, surge el peligro de encerrarla en un *ghetto*". Ella sostiene que los elementos característicos se reducen a "modos de formación de la demanda, importancia de la intervención pública, (y) aumento de los empleos intermitentes", que coexisten con "tipo de organización, rol de los precios" que a su criterio se comportan igual a otros sectores. Finalmente considera que "la economía de la cultura ha ignorado las industrias culturales por considerar que éstas pertenecen al campo de la economía industrial [...] el estudio de las industrias culturales nos conducirá a constatar la polarización del mercado entre pequeñas unidades, a veces efímeras, y grupos cuyas lógicas de desarrollo con cada vez más ajenas a los sectores de la cultura".<sup>9</sup>

Por su parte, para Albert Breton "la economía de la cultura es la descripción y análisis de las características observables de la demanda y la oferta, así como las de su interrelación en las diversas industrias [...] las que, aún no siendo únicas, se combinan por lo menos de un modo singular".<sup>10</sup> Según este autor, la especificidad está dada por "el *star system*, el predominio de los proveedores sobre las preferencias de los consumidores en el caso de muchas categorías de productos, el alto grado de integración Vertical, la imposición de contratos vinculantes que se ponen de manifiesto en los clubes del libro (o del disco) y en la distribución en paquete de películas en los cines, la importancia de las formas de producción antiguas en comparación con las nuevas, la inaccesibilidad relativa de los productos de calidad y la inestabilidad cíclica de los productos culturales"<sup>11</sup>

Nuestra perspectiva de análisis se diferencia, entre otros elementos, porque se orienta a separar lo simbólico de lo material y la creación de la cultura. Reconceptualizamos la sanción del mercado como definidor del hecho cultural y analizamos la renta cultural como especificidad de un tipo de capital en un concepto integrado de la oferta, la demanda, la comercialización y el intercambio internacional con particularidades asociadas a mecanismos propios de formación de precios, remuneración de los factores, apropiación de las rentas, determinación tecnológica, división técnica y económica del trabajo en el espacio de una estructuración a escala global y un cambio sustancial en el ciclo de valorización cultural a partir de la digitalización.

Conviene aclarar que el concepto de la economía de la cultura difiere radicalmente de lo que se conoce como el financiamiento de la cultura. En el primer caso, la producción y la lógica de la reproducción económica están determinadas por las reglas del mercado y el financiamiento, como transferencia de rentas, es exclusivamente procedente del mercado y está sustentado en una racionalidad económica que determina la acción de los agentes. En cambio, el financiamiento a la cultura está determinado por una acción conciente de tipo político, por una racionalidad administrativa por la injerencia del Estado u otros agentes cuyos actos económicos están regulados por motivos políticos, altruistas, publicitarios o legales y no exclusivamente económicos; por lo tanto, alteran y condicionan la dinámica económica de la producción cultural. Sin embargo, la fuerte injerencia de lo extraeconómico en los procesos de creación y



## CITAS

1. Claudio Rama, "El mensaje de Mc Luham: el masaje", en *Últimas Noticias*, Suplemento Cultural, Caracas, 30 mayo de 1976.
2. Un criterio similar es sostenido por Francisco Esteinou, citado por Luis Stolovich en *La cultura da trabajo*, Fin de Siglo. Montevideo, 1996
3. Luis Stolovich, *op. cit.*
4. Ramón Zallo, *El mercado de la cultura. Estructura económica y política de la comunicación*, Hirugarren Prentsa S. L., Guipúzcoa, 1992.
5. Emeterio Gómez, *Socialismo y mercado, de Keynes a Prebisch*, Aclame, Metas, Fundaeconómica, Caracas, 1983.
6. Claudio Rama, "Marx ha muerto, el mercado vive", Revista *Argumentos* N°1, Montevideo, 1991.
7. En la actualidad el tema se ha desarrollado ampliamente y existe una Asociación Internacional de Economía de la Cultura.
8. Francoise Benhamou, *La economía de la cultura*, Trilce, Montevideo, 1997, p. 137.
9. *Idem*, p. 21 y ss.
10. Albert Breton, "Introducción a una economía de la cultura: un enfoque liberal", en *Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego*, Unesco, México DF, 1982, p. 46.
11. El cultural es aún el sector más desguarnecido de datos. "Sólo recientemente un par de universidades americanas abrieron centros de investigación en *cultural economics*", expresaba Antonio Pascuali en *El orden reina* en 1991. A partir de 1998, la Unesco asumió la tarea de promover un mayor nivel de información como recomendación de la Comisión de Cultura y Desarrollo. Resultado de ello fue el primer informe mundial sobre el estado de la cultura en 1998. Sin embargo, la estadística es aún muy escasa, en parte porque el sistema de las cuentas nacionales y los censos están orientados a develar la economía industrial y no la creciente economía simbólica de la cual es parte la cultura.
12. Usamos la definición y el esquema analítico que propone Inmanuel Wallerstein en *El moderno sistema mundial*, Siglo XXI, México, 1984.