

En el último decenio se han dado cambios significativos económicos, tecnológicos, geopolíticos y socioculturales que generan incertidumbres y condicionan de forma importante el desarrollo de la cultura y la comunicación, también en su vertiente económica, poniendo a la orden del día definir el estatuto científico de una economía de la cultura y de la diversidad cultural, intentando responder a dos preguntas: ¿Cabe una economía general de la cultura? La potenciación de una economía de la diversidad inherente a una economía crítica, ¿es compatible desde una interpretación ortodoxa propia de la economía clásica paliando estructuralmente los desajustes de un mercado libre de competencia perfecta?

Dejo para otra ocasión la definición de las políticas culturales necesarias para asegurar culturas e información en desarrollo, plurales, de calidad y en distribución igualitaria.

Unas notas previas

Primera idea. La cultura es un ecosistema formado por un conjunto de pautas de conducta y de modos de vida, adquirido y transmitido mediante lenguaje, tradiciones, utensilios, instituciones, sociabilidad y los sistemas educativos y comunicativos. Ahí se dan cita elementos materiales, organizativos e inmateriales, tales como el conocimiento (saberes, lengua, y capacidad creativa), los símbolos y la subjetividad de los sentimientos y valores compartidos. O sea, aporta una

suma de recursos de adaptación colectiva a las importantes exigencias de un mundo global, y es un elemento de reconocimiento, diferenciación en el mapa del mundo mediante una identidad cultural.

El nivel cultural cualifica a las sociedades en la era de la diversidad y del conocimiento. Claro que ese ecosistema, se reproduce y desarrolla conforme a las pautas del sistema económico en el que se inscriben y que distribuyen social y desigualmente los conocimientos. No contextualizarlo invalida cualquier análisis social de la cultura. Al mismo tiempo es también un sector económico estratégico y valorizador, y exige que las políticas culturales se sitúen en el estadio de las grandes políticas de Estado o regionales. Pero no hay que olvidar que ante todo la cultura va mucho más allá de una economía de recursos para las necesidades sociales. La economía es solo una parte de la cultura.

En segundo lugar, la globalización en curso viene acompañada de fuertes procesos de librecambio y de un proceso de digitalización del conjunto del sistema que reduce crecientemente la capacidad y eficacia de la gestión de las políticas culturales tradicionales en todos los países. Y si es un problema para todos, mucho más lo es para las culturas de los países pequeños, y les obliga a una vuelta de tuerca en profundidad en un ámbito que lejos de estar determinado por un principio economicista de libre comercio lo está desde un triple criterio: la oferta y el

El nivel cultural cualifica a las sociedades en la era de la diversidad y del conocimiento, conforme a las pautas del sistema económico en el que se inscriben y que distribuyen social y desigualmente los conocimientos.

* Fragmentos de una colaboración especialmente cedida por el autor. Véase el artículo completo en www.buenosaires.gov.ar/observatorio

acceso desde la diversidad (Convención de la Unesco del 2005), la libre circulación de las ofertas y la puesta en marcha de políticas de desarrollo específicas desde cada cultura.

Tercera idea. Es además un ámbito valorizador y en expansión. La cifra de negocios del sector cultura en el mundo en 2005 se estimaba en 1.300 billones de dólares, habiéndose multiplicado por cuatro su comercio internacional entre 1980-1998 alcanzando los 384 billones de dólares. En la UE ya es un sector con 7 millones de empleos, y con un 4% del PIB. En el Estado español en 2004 (según el Ministerio de Cultura) había 500.000 personas empleadas en el sector, habiendo conocido un incremento del 20% entre 2000 y 2004, y existiendo nada menos que 60.000 empresas y un volumen de negocio de 30.000 millones de euros.

Ya no estamos hablando solo de una actividad social sino de un sector económico potente y creciente.

Cuarta idea. Ya son menos eficaces que en el pasado los modelos de las políticas culturales basadas solo en subvenciones, aunque sigan siendo necesarias, ni cabe ya encerrarlas en los límites del Departamento de Cultura consiguiente del ámbito municipal, autonómico o estatal.

Por ello se requiere reforzar el rol de las políticas culturales, ampliar sus líneas y modalidades de aplicación e implicar a casi todas las áreas que, de hecho, intervienen en la cultura de una comunidad.

Hay que darle más centralidad a la política cultural en la construcción de la sociedad y de la comunidad en la era de la diversidad y del conocimiento, y la política cultural debe ir más allá de sus herramientas tradicionales (subvenciones e inversiones en equipamientos) para irrumpir en ámbitos transversales como son, en principio, competencia de los ministerios, consejerías o negociados de Industria, Turismo, Asuntos Sociales, Educación, Hacienda. Es más, ya no se entienden las economías sin las industrias creativas de valores inmateriales, ni parte de las recaudaciones del IVA y por actividad en las Haciendas sin el impacto de los equipamientos culturales en el turismo, ni son comprensibles los *curricula* educativos sin los contenidos culturales, o la integración

Ramón Zallo

CATEDRÁTICO DE COMUNICACIÓN
audiovisual DE LA UNIVERSIDAD DEL
PAÍS VASCO. AUTOR DE: EL MERCADO DE
LA CULTURA. ESTRUCTURA ECONÓMICA Y
POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN (1997),
HACIA UN NUEVO SISTEMA MUNDIAL
DE COMUNICACIÓN. LAS INDUSTRIAS
CULTURALES EN LA ERA DIGITAL (2002)

social sin la inculturación creciente de la sociedad.

Obviamente los Departamentos o Servicios de Cultura no son competentes en la política de otros Departamentos, y bien al contrario se trata de que esos Departamentos puedan abordar el lado cultural de sus propias competencias. Con ello la política cultural gana en profundidad y extensión. Es el caso de la política de *clusters* (agrupaciones de empresas normalmente de un sector para acometer temas de interés común) aplicada al audiovisual o al sector editorial; o la irrupción de las fórmulas financieras para abrir nuevas vías específicas de financiación de la cultura; o las tareas para la integración cultural de la inmigración. Esos Departamentos deben hacer su propia experiencia. Son quienes deciden. Y se implicarán en tanto vean claras las metas.

Entrar en esos ámbitos (financiación, política industrial, fiscalidad, mecenazgo) es asumir una responsabilidad y el riesgo consiguiente de emprender vías que pueden o no funcionar y que siempre será mejor que la conservadora repetición de las vías clásicas sin probar nuevos rumbos añadidos que las completen. Se trata de aplicar el principio de creatividad inherente a la cultura a la propia práctica de la política cultural.

Quinta idea. En la era de la diversidad y de la *excepción cultural* no se resuelven los problemas de la cultura si los creadores o las empresas (actividades de oferta y de riesgo) fueran tratados como una actividad económica más. La cultura muchas veces no es mercancía aunque tenga un lado económico ni, cuando lo es, es equiparable a otras mercancías. Además a los capitales y a la banca no les gusta entrar en ese campo de riesgo salvo con retornos de prestigio.

Felizmente, la Convención de la Unesco de 2005 ha recomendado el principio de especificidad (medidas específicas y adaptadas) aplicado a la cultura, que es un criterio complementario al de subsidiaridad (si yo puedo hacerlo mejor, debo hacerlo yo).

Se requieren vías específicas para el sostenimiento de las culturas, pero eso puede tratarse de dos maneras distintas: con medidas extraordinarias *ad hoc*, que sería lo normal por tratarse de un bien específico, público, colectivo o de mérito, según los casos, o bien adaptando al ámbito cultural las medidas horizontales ya ensayadas en otros sectores. Es esta segunda vía, más conservadora, la que hoy puede tener más consensos interinstitucionales (*cluster*, financiación del audiovisual y de otras actividades culturales, adaptación de la fiscalidad) y que implica desarrollos normativos formulados y gestionados en buena parte desde los propios Departamentos de Cultura sí, pero adaptando las experiencias ajenas (abrir la vía de los asesoramientos a empresas o creadores con un proyecto, rigor en los reembolsos financieros).

ES FACTIBLE UNA ECONOMÍA GENERAL DE LA CULTURA

Se puede hacer una economía de las industrias culturales¹. Se puede hacer una economía de las artes y de la creación². Asimismo se puede hacer una economía del patrimonio, al igual que una economía de la comunicación. Y por supuesto cabe una economía de la información, una economía de la innovación o del cambio técnico y una economía de las *telecomunicaciones*, temas, no obstante bastante distintos a los arriba mencionados, salvo por el lado instrumental y con el que comparten el valor de la innovación inmaterial.

Dicho esto, creo que también se puede hacer una economía general de la cultura pretendiendo englobar al mismo tiempo todos los ámbitos implicados: patrimonios, artes, industrias culturales, medios de comunicación y cultura en la red. Para ello, hay dos

requisitos que deben cumplirse: un objeto de estudio definible y unos rasgos definatorios que compartan todas las expresiones culturales. Ambas consideraciones autorizan, creo, a ese acercamiento, al menos como propuesta en hipótesis. Asimismo muchos de los rasgos que se apuntan, pero no todos, son aplicables al diseño (la cultura en los objetos de uso) muy imbuida de su rol funcional, simbólico y, sobre todo, comercial.

Vista la cultura como un objeto de estudio para una ciencia social como la economía, la cultura nace de actos de creación simbólica, tiene procesos de trabajo y valorización peculiares por su propia naturaleza, supone siempre algún proyecto estético y comunicativo independientemente de su calidad, se plasma en objetos o servicios culturales que demandados por tales, tienen una eficacia social en forma de disfrute, conocimiento y vertebración social.

Siempre hay un hecho económico en la cultura, ya se trate de un bien público o privado. Su forma económica no es uniforme, puesto que la cultura en su conjunto puede ser capital, producto o servicio. La expresión mercantil es pues muy variada. Así un bien puede convertirse en patrimonio, por ejemplo un museo, en un capital que atrae miradas y produce rentas (como propiedad intelectual o como servicio anexo al turismo), o puede ser una producción material como el último CD con la magia inmaterial y real del sonido de Diana Krall o puede ser un servicio como el último partido del Betis retransmitido por un canal de pago.

Esto se traduce en que los tipos de ofertas son también múltiples. Unas son cambiantes y otras estables. En unos casos la oferta es tan renovable, que es incluso efímera y volátil como mercancía con un recorrido comercial rápido. Es el caso de la música de masas, o de la mayor parte de la producción de la industria cultural, o de algunas ofertas artísticas (aunque siempre dejan un anclaje, por si acaso, en derechos de propiedad intelectual para usos futuros); y, en cambio, es lo más estable y sólido que pueda imaginarse en

¹ Personalmente le dediqué siete años de investigación en los años 80 para detectar los procesos de trabajo y puesta en valor de cada industria cultural.

² Es a lo que me dedico ahora en su vertiente práctica de política cultural.

el caso de la arquitectura y una parte de las artes visuales, así como en todo lo reconocido como patrimonio colectivo.

Ahora bien en todos los casos hay un hecho económico que exige explicación, aunque esta tenga que ser múltiple y con casuística según la naturaleza del bien o servicio. Pero, en todo caso, buscaremos los rasgos compartidos de partida que permitan entrar en la lógica económica general de la cultura. Indagar en ese campo es un ejercicio apasionante y con múltiples vericuetos.

En suma, cabe una economía general de la cultura porque hay objeto de estudio económico y rasgos que podrían resumirse así:

Es una economía de valores intangibles o simbólicos generados por trabajos creativos, con bienes o servicios individualmente insustituibles y en permanente renovación de contenidos o de interpretaciones.

Es una economía de la oferta múltiple, oferta que crea la demanda y que tiene una funcionalidad y eficacia social más allá de su valor económico, existiendo amplias zonas de bien público.

Su valor material e intelectual tiende a decrecer históricamente pero, en cambio, tiende a incrementarse el coste de la exclusividad, de la complejidad y de la notoriedad, mientras que el coste marginal tiende a cero y hay una amplia gama de costes hundidos, así como una incertidumbre sobre el resultado de la puesta en valor, en unos mercados imperfectos y una inevitable presencia de la administraciones públicas

Todos estos rasgos permiten considerar económicamente a la cultura como un sector con sus ramas, subsectores y actividades auxiliares.

UNA ECONOMÍA DE LA DIVERSIDAD TAMBIÉN ES DEFENDIBLE DESDE LA ECONOMÍA CLÁSICA

Desde luego que el debate planteado en la Unesco, en la Unión Internacional de Tele-

comunicaciones (UIT) o en la OMC sobre la primacía de la diversidad o del mercado es un debate en el que puede que haya que elegir entre la sustancia (la humanidad diversa) o el método de relación y sus reglas (el mercado). Y es claro que la referencia central ha de ser la humanidad como tal, a cuyo servicio deberían estar reglas e instituciones como el mercado.

Este no es un tema en discusión en la economía crítica. El concepto de protección de la diversidad es simplemente un punto de partida. Va de suyo. Una economía crítica siempre reflexiona desde la ubicación de la cultura en las sociedades desiguales, y teleológicamente se da la misión, desde su propia metodología, de desvelar la estructura y funcionamiento del sistema y de sus ámbitos en el bienestar colectivo o en lo contrario, en

la igualdad o desigualdad interna e internacional, y en la racionalidad y distribución justa o injusta de los recursos y de sus usos. Es decir la defensa de la diversidad es un elemento inherente al discurso mismo de una economía que no se inhibe, por su propia definición y metodología, de su rol ni de sus efectos.

No ocurre otro tanto en las otras escuelas económicas.

Por eso no parece un ejercicio inútil abordar la cuestión de la diversidad también desde el mercado mismo, y nos encontraremos con la sorpresa de que la potenciación de la diversidad no se sostiene solo desde una economía crítica sino también desde una interpretación ortodoxa de un mercado libre de competencia perfecta propio de la economía clásica. Claro que realmente los mercados son tan imperfectos que es legítimo corregirlos desde acciones públicas de discriminación positiva, no solo por razones de su mejora sino también para la preservación de la diversidad que, de otro modo, resultaría penalizada.

Como precisión terminológica, hay que señalar que el concepto *diversidad* es preferible al de *excepción cultural*. Por una parte, describe un bien real a proteger por cada comunidad que la representa y por la humanidad de la que se es parte, y es preferible a una cláusula extraordinaria mercantil al que el

Como precisión terminológica, hay que señalar que el concepto *diversidad* es preferible al de *excepción cultural*.

concepto de excepción cultural remite, y que Francia puso afortunadamente en pie frente a las pretensiones ultraliberales en las relaciones del comercio internacional. Por otra parte, la vocación de la política de *excepción cultural* es defensiva, mientras que la de *diversidad* supone una política activa, de complementación de importaciones y de generación de un tejido cultural y comunicativo propio y en comunicación con otros.

La economía de la diversidad cultural no va contra el mercado sino que indaga en otras instituciones y busca sortear precisamente los obstáculos vigentes al mismo allí donde debe funcionar, eliminando las barreras de entrada a una distribución equilibrada internacional.

Habría varias razones para intervenciones públicas para asegurar que el mercado funcionara con efectos positivos en este ámbito.

En primer lugar, parece elemental asegurar la presencia, el acceso de creadores y productores a sus propios mercados apoyando, por un lado, unas condiciones idóneas de producción para que ganen en calidad ante las importaciones y, por otro, asegurando su visibilidad en los circuitos del conocimiento y de la distribución.

Ello de por sí justificaría que hubieran inversiones públicas de apoyo a la producción cultural propia, de provisión directa de servicios públicos, de conservación y mejora del patrimonio propio (artes, museos, archivos, etnografía). En otro caso nadie lo haría. Ello justifica asimismo que se den políticas de promoción y de cuotas y de preferencias desde los servicios públicos.

En segundo lugar, vistas las disparidades de situación con que las empresas se enfrentan a la producción del hecho cultural se desmiente la existencia de condiciones de igualdad entre las miríadas de hipotéticos oferentes y entre los que se supone que

solo la calidad y el precio establecerían la diferencia. Los miles y miles de reales productores no pueden convertirse en oferentes de hecho por esa ausencia de condiciones.

Parece razonable tanto restaurar y fomentar la competitividad de las empresas culturales entre sí como sostener para lograrlo una diversidad suficiente de agentes y empresas frente a una realidad vigente palpable de pocas empresas transnacionales controlando partes sustanciales de casi todos los mercados. Las ayudas temporales industriales y de financiación ventajosa pueden ser una vía.

En tercer lugar, garantizar la oportunidad de una buena elección por parte de los demandantes significa asegurar una diversidad de ofertas sobre el mercado interior mediante el acceso, la información y los precios correctos que pueden incluir una compensación frente a las políticas de *dumping* en costes de mano de obra o de economías de escala-mundo. En otro caso habrá una gran demanda insatisfecha de bienes de cultura local que no han podido llegar al mercado.

Hoy la realidad es que hay un exceso de importaciones de pocos productos de alto coste y distribución universal procedentes de países-centro, notablemente EE.UU., que desplazan la producción propia (también las importaciones de países del Tercer Mundo). Ello hace razonable un apoyo explícito de los gobiernos a los mecanismos de distribución, que restablezcan tanto la igualdad de oportunidades de los agentes productores como el conocimiento de la múltiple oferta por parte de los potenciales usuarios.

En cuarto lugar, también es necesario asegurar la diversidad de ofertas sobre el mercado internacional mismo, es decir que haya flujos planetarios, mercado internacional de ofertas y demandas múltiples y distribuidores que aseguren el contacto.



Reequilibrar el mercado en el sentido de que estén en todos los mercados todas las ofertas de calidad viable, significa que sean accesibles libros de todas las culturas, músicas del mundo, y no solo aquellas que siendo captadas por multinacionales del inmenso vivero que son las culturas del mundo, y con una pátina de poco valor añadido, se vendan como propias de los países centro, protegidos además por rigurosos derechos de Propiedad Intelectual registrados. Es lo que ocurre con el uso de la *World Music* nacida en las culturas lejanas y, por un último valor añadido, apropiadas por las multinacionales para su venta en exclusiva incluso en esos mismos países.

Ello justificaría que hubiera ayudas públicas internacionales para asegurar la existencia de empresas distribuidoras, y que hubiera fondos internacionales equilibradores puesto que las políticas de *monopolio natural* convierten los mercados en parámetros de pocas ofertas, eso sí masivas y transnacionalmente universales.

Al mismo tiempo, esos procesos invitan a revisar las abusivas legislaciones de Propiedad Intelectual y los plazos demasiado largos para que los bienes culturales, ya socialmente asumidos, pasen a dominio público. Las regulaciones vigentes heredadas de la cultura del siglo XIX –con periodos de maduración en el mercado del objeto creativo larguísimo y medidos en décadas– secan la creatividad, hurtan el acceso social, sobrevaloran el plus individual sobre la cultura social recibida, generan rentistas, y promueven una pléyade de parásitos entre los propietarios y herederos de Propiedad Intelectual.

En quinto lugar, a menor producción en el mundo, más desaparición de bienes, servicios, potencialidades productivas y oferta recreada de nuevo patrimonio inmaterial y mayor empobrecimiento cultural global. Es de interés público mundial que haya múltiples expresiones artísticas y culturales como patrimonio colectivo.

Dicho de otra manera, en la medida que los patrimonios son sedimento de las expresiones artísticas de cada tiempo –ya se trate de artes visuales, escénicas, musicales

o de industrias culturales– el flujo máximo de esas expresiones artísticas es sustancial para la riqueza del patrimonio colectivo como base para la generación de nuevos valores añadidos. Y al revés, la sustitución de las expresiones propias e internacionales por las de unas pocas empresas mundiales son destructivas tanto de recursos humanos como de potencialidades creativas.

Finalmente, el desarrollo cultural es generador de economías externas, de desarrollos económicos propios de la era de la información y del conocimiento. La dependencia en ese plano es no solo mala para la diversidad cultural sino también para la reproducción viable de las economías y la adaptación de las comunidades a los retos de su tiempo.

En lo económico, la diversificación del tejido económico, la adaptación tecnológica, y la regeneración del espíritu emprendedor e innovador aparece como uno de los ejes de los territorios para la superación de las crisis económicas y sociales.

Pero hacerlo bien tiene sus requisitos como son: la alimentación consciente de la propia cultura desde un fondo protegido; la convicción de que se ha de producir con parámetros homologables de calidad, o la apertura a las influencias.

La conclusión es que los detractores de la economía de la diversidad, parten de premisas falsas (puesto que hoy no existe libre mercado sino mercado controlado, hay ofertas limitadas y limitadoras de las potencialidades existentes para convertir la creación en producción y ésta en oferta disponible), razonan sin tomar en cuenta todas las variables.

de las potencialidades existentes para convertir la creación en producción y ésta en oferta disponible), razonan sin tomar en cuenta todas las variables (hay demandas gigantescas sin satisfacer porque productos razonables a precios razonables no pueden acceder a ellas; hay monopolios distribuidores; los productos exitosos y tractores operan como monopolios naturales; hay empresas productoras con costes millonarios que por su acceso a los mercados-mundo tienen costes ridículos por unidad de cliente y barren los mercados) y llegan a conclusiones reaccionarias que van contra la diversidad. ●

Los detractores de la economía de la diversidad, parten de premisas falsas (puesto que hoy no existe libre mercado sino mercado controlado, hay ofertas limitadas y limitadoras de las potencialidades existentes para convertir la creación en producción y ésta en oferta disponible), razonan sin tomar en cuenta todas las variables.