

David Throsby

O interese polo papel das industrias culturais a xeito de sector da economía pode remontarse polo menos á década de 1980. Aínda que o termo “industria” aplicado ás artes non se usaba moito ó tempo, empezaba a se recoñecer que o sector das artes xeraba produción, entradas, emprego e exportacións que eran de certa significación económica. Os avogados das artes nalgúns países, preocupados polas reducións dos orzamentos públicos e o crecente cuestionamento do criterio de que o os gobernos subvencionasen a actividade cultural, empezaron a traballar sobre a contribución económica das industrias artísticas a xeito de xustificación para a o apoio financeiro continuo. Con efecto, limitarse a demostra-lo tamaño económico do sector non ofrecía tal xustificación, aínda que os números que amosaban a dimensión da creación de traballos e ou a proporción que acadaba no Produto Interno Bruto servía polo menos para indicar que as industrias culturais non eran remanso económico ningún, senón un compoñente significativo da macroeconomía.¹

Durante os anos noventa, o concepto das artes a xeito de industria ampliouse por mor de cooptar nocións máis amplas de cultura, identidade, patrimonio e creatividade para que entrase no marco económico, establecendo os alicerces dunha expansión da política cultural no terreo económico. A interpretación da política cultural que a reducía sinxelamente a política das artes empezou a substituírse por unha axenda que abranxía máis cousas, no momento en que se recoñecían cada vez máis as sinerxias entre as industriais culturais e o progreso económico (Throsby 2010). A celebrada declaración de *Nación Creativa* do goberno australiano en 1994 circunscribe a fusión de obxectivos artísticos e económicos na visión da revolución da información e a comunicación, e pon de exemplo as artes na economía dixital (Commonwealth of Australia 1994). Despois, estas ideas foron recollidas polo primeiro goberno de Blair no Reino Unido, preparando a escena para o Destacamento de Industrias Creativas do ano 1997 (Department for Culture, Media and Sport 2001). Sexa como for, a axenda cambiou o foco da cultura á creatividade; nesa situación, entendiase que o dinamismo creativo era unha fonte de innovación, e a propiedade intelectual que xeraba a produción creativa considerábase a primeira fonte de ingresos. Non foi, logo, accidente que as actividades económicas de interese na regulamentación política do Reino Unido se denominasen industrias creativas e non culturais (Granham 2005).

Segundo é ben sabido, a designación de trece industrias creativas foi influente durante a primeira década do século vinte e un na formación de políticas culturais nuns cantos países, particularmente en Europa. O concepto de industrias creativas e/ou culturais que foi collendo forma durante este período nos círculos académicos e de elaboradores de políticas públicas consolidouse no termo colectivo “economía creativa”. Tal termo usouse para describir un subsector da macroeconomía que se tiña por fonte de dinamismo ó crear produción e crecemento do emprego en economías que, por outra banda, eran pouco activas. Os datos que amosaban que este sector estaba a medrar con máis rapidez cós sectores tradicionais (pomos por caso as manufacturas) persuadiron ós políticos e ós seus burócratas para que os tivesen en conta.²

Que a economía creativa abranguesen só as industrias culturais ou que abranguesen máis era cuestión que se respondeu de distintas maneiras en distintos países, segundo logo imos expor. Porén, o papel das industrias especificamente culturais na economía creativa afirmouse intensamente no influente Informe sobre Economía Creativa, publicado pola Conferencia de Nacións Unidas sobre Comercio e Desenvolvemento (UNCTAD) no 2008 e actualizado no 2010. Estes informes estaban particularmente orientados a falar do potencial de desenvolvemento das industrias culturais en países do sur do planeta a xeito de medios outorgar poder á xente e a xeito de pana-

¹ Véxase, poño por caso, Myerscough (1988).

² Algúns datos recentes que amosan este crecemento no Reino Unido poden verse en Department of Culture, Media and Sport (2014).

cea para paliar a pobreza. Os informes tiñan moito que dicir no tocante á envergadura do incremento do comercio de bens culturais, aínda que a carencia de datos no comercio de servizos culturais coma os produtos audiovisuais significaban que un compoñente importante das exportacións e importacións culturais non se describía adecuadamente. No 2013 a reponsabilidade de elabora-lo informe pasou da UNCTAD á UNESCO (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization) coa implicación de continua-lo Programa de Desenvolvemento de Nacións Unidas; ese mesmoo ano elaborouse un Informe da Economía Creativa novo que se centraba no desenvolvemento cultural local (UNESCO 2013). Neste ámbito, coma en tantos outros, o debate sobre o papel das industrias culturais a xeito de sector económico continúa.

Por qué haberían de estar os economistas (das universidades, dos gobernos, das organizacións internacionais, ou de calquera outro tipo de institución) interesados nas industrias culturais? Unha razón obvia, segundo xa se dixo, foi o rápido crecemento no interese polo sector creativo entre os que elaboran regulamentos políticos: o agromar dun grupo de industrias que previamente non se consideraban relevantes na xerarquía da regulación política valeu para que os economistas espertasen e prestasen atención ás posibilidades de aplica-los seus instrumentos tradicionais nun espazo novo. As tarefas que se puxeron os analistas económicos ó se ocupar de cuestións relativas a estas industrias poden agruparse en tres rúbricas que, pola súa vez, reflicten a estrutura deste texto.

En primeiro lugar, malia a interminable discusión de se a cultura pode ou debe encurralarse nun marco industrial, os economistas non teñen dificultade á hora de identificar actividades culturais de todo tipo a xeito de industrias. A produción, distribución e consumo de bens e servizos culturais ten lugar dunha maneira metódica que canxa facilmente coas definicións económicas dunha industria, segundo imos ver na próxima sección. Porén, alén da ampla interpretación industrial hai unha morea de cuestións de definición que cómpre tratar se é que hai que facer operativo o concepto de industria cultural a xeito de sector da economía.

En segundo lugar, defini-las industrias non é toda a historia. As cuestións analíticas interesantes xorden cando se dirixe a atención á relación entre as propias industrias culturais e entre elas e o resto do sistema económico. A consecuencia é unha exposición crítica de cómo é que deberíamos interpreta-la estrutura do sector cultural da economía.

En terceiro lugar, consideramo-la medición ou cuantificación. Cales son as principais variables económicas que se deben contabilizar e como é que se deben avaliar? As estimacións da contribución económica das industrias culturais requiren un fundamento estatístico sólido e métodos analíticos apropiados. Discútese estas cuestións á luz das evolucións na estimación dun abano amplo de estatísticas culturais.

Finalmente, tiro algunhas conclusións no tocante á utilidade e limitacións dunha aproximación económica ás industrias culturais. Manteño que a análise económica das industrias culturais non debe concibirse a xeito de contraria ás aproximacións doutras disciplinas, senón máis ben a xeito de complementaria das interpretacións alternativas do lugar da cultura na sociedade.

Cuestións terminolóxicas

O concepto de industria é esencial na economía, pois é un medio de interpreta-la estrutura da economía atendendo a cómo é que se organiza a produción. A maneira máis obvia de agrupa-las firmas comerciais neste sistema é en termos dos produtos que elaboran; as industrias defínense, logo, dicindo que son conxuntos de firmas que producen un produto similar. Leva isto, entón, á aproximación analítica estándar da teoría da organización industrial, que se ocupa de cómo é que funcionan as industrias atendendo á

estrutura, quere dicir, o nivel de concentración, a natureza da diferenciación do produto, e a extensión das barreiras á entrada e saída de firmas;

conduta, quere dicir, as formas en que as firmas compiten por medio dos prezos e por medio doutros recursos e

actuación, quiere decir, con qué eficiencia é que funcionan, que taxas de retorno e niveis de beneficio acadan e con qué efectividade dan servizo a outros obxectivos non relacionados coa obtención de beneficios.

A aplicación destes métodos estándar da economía industrial ás industrias culturais é aparentemente sinxelo. As cuestións estruturais son de interese, poño por caso, na industria da música global, na que as principais compañías de edición e gravación dominan o mercado, e as firmas máis pequenas compiten por medio de varias estratexias de prezos e diferenciación de produto. De xeito similar, a avaliación da *conduta* e *actuación* da industria pode aplicarse, poño por caso, ás operacións das compañías de teatro ou das galerías de arte comerciais nunha cidade particular; estas empresas poden estudarse en termos de cómo é que poñen prezos e cómo de ben sobreviven financeiramente nun mercado competitivo.

Sexa como for, hai unha cuestión anterior que cómpre resolver antes de que se poida levar adiante calquera análise das industrias culturais a xeito de sector económico. Trátase da cuestión fundamental de cómo é que se ha distinguir unha industria cultural das outras industrias.

Pódese adoptar unha aproximación pragmática á cuestión, aceptando que a efectos de regulamentación política, as industrias creativas ou culturais son todo o que cada goberno defina en calidade de tal. Por exemplo, o conxunto de 13 industrias designadas creativas no Reino Unido ás que xa nos referimos, mantívose a xeito de delineación estándar do que se entende por economía creativa nese país, aínda que poida seguir debaténdose qué industrias deberían incluírse en cales deberían ficar fóra. Outros países chegaron a conclusións diferentes, segundo imos ver máis adiante.

Sexa como for, para os nosos propósitos, é preferible unha aproximación fundada en principios. Dende o punto de vista da análise económica, a definición do grupo de produtos ofrece un punto de partida apropiado. Aplicar este concepto á definición da industria cultural, retrae a responsabilidade terminolóxica a un estadio anterior, requirindo unha definición inequívoca dos bens e servizos culturais para que poida ser útil.

En tempos recentes, confluíron e fundíronse dúas aproximacións á distinción económica dos bens e servizos culturais doutros bens e servizos. A primeira é a que consiste en identificar as características distintivas duns bens que os relacionan dalgún xeito co concepto de cultura. Por exemplo, pode suxerirse que os produtos culturais derivados das artes creativas comparten as características seguintes:

- requiren a entrada de creatividade humana na súa produción e presentación;
- transmiten algunha forma de significado simbólico que os fai estar por riba da función puramente utilitaria; e
- conteñen, polo menos potencialmente, algunha propiedade intelectual que pode posiblemente fornecer unha fonte de ingresos para os que os producen.

A segunda aproximación á definición dos bens culturais fúndase nunha elaboración da segunda das devanditas características. O significado simbólico ou contido cultural encarnado ou transmitido por un ben ou servizo cultural como é o caso dun filme, unha obra de arte, un poema, un videoxogo ou unha interpretación musical, pode interpretarse a xeito de forma de valor que o ben xera. Este valor é independente de todo valor utilitario que o ben posúa. Pode denominarse valor cultural do ben; se este concepto pode identificarse de maneira obxectiva e reproducibile, a súa presenza podería usarse para definir un ben cultural.

Abofé que as cuestións terminolóxicas non rematan eiquí. Implícito neste conxunto de tres criterios hai dúas dificultades ulteriores: a identificación da creatividade e o recoñecemento do significado simbólico sobre o que se funda a definición de valor cultural. Estas dificultades asedian as mentes dos economistas interesados na arte e na cultura tanto coma as dos que se ocupan delas dende outras disciplinas. Amais, aínda que se deixen de banda estes problemas, pode haber razóns para discutir cal é a fronteira que divide o grupo de produtos; existen casos de bens culturais dos que a inclusión ou exclusión segue a ser problemática. Sexa como for, malia os diferentes

obstáculos podemos partir, para os propósitos deste ensaio, do suposto de que cada unha das definicións de bens e servizos culturais, ou mesmo ambas a dúas, ofrecen un fundamento práctico para categorizar un grupo de produtos recoñecible. Aceptar este suposto permite, logo, a identificación dun conxunto de industrias culturais ó entender que son aquelas que se ocupan da produción e distribución destes bens e servizos.

Pola súa vez, defini-las industrias culturais deste xeito permítenos unha delineación economicamente plausible do sector cultural da economía.

As devanditas definicións facilitan tamén unha resolución do tedioso debate sobre se as industrias das que nos ocupaos deberían denominarse creativas ou culturais. Segundo a aproximación esquematizada, a industria creativa preséntase como aquela caracterizada só polo primeiro dos tres criterios distintivos; por outra banda, unha industria cultural, hase definir dicindo que é aquela que reúne as tres características. Entón, o conxunto de industrias culturais na economía pode concibirse a xeito de subconxunto do grupo máis amplo das industrias creativas, e o ámbito do contido industrial da regulamentación cultural vén sendo, logo, máis específico có da regulamentación política das industrias creativas en xeral. Dito doutra maneira, mantense que a distinción entre as industrias creativas e culturais non é cuestión de principio filosófico ou de preferencias de certa disciplina, senón que se relaciona co significado das palabras usadas para describi-los produtos destas industrias.³

Indicamos ó comezo desta sección que as industrias creativas ou culturais poderían definirse de facto dicindo que son aquelas que se aceptan en calidade de tales nunha xurisdición particular; é fácil observar que distintos países chegaron a distintas conclusións á hora de aplicar criterios que consideran relevantes para a definición das industrias culturais ou creativas para os seus propósitos de regulamentación política. Sexa como for, poden atoparse algúns elementos comúns nas combinacións de industrias resultantes. Poño por caso, nunha comparanza do que se designa industrias culturais en 17 países europeos, Mikic (2012), advirte que os filmes e videos, a radio e maila televisión, as artes escénicas, a música, a arquitectura e a edición aparecen e todas ou case tódalas clasificacións. O seguinte grupo máis prominente inclúe as artes visuais, o deseño e a publicidade, seguido polos museos, arquivos, bibliotecas e patrimonio. Pode chegarse a conclusións ata certo punto similares se se fai comparanza das industrias incluídas nos diferentes modelos do sector cultural segundo se concibe dende as perspectivas de distintas disciplinas (Throsby 2008a).

Relacións estruturais

A xeito de sector económico, cómo é que as industrias culturais funcionan e cómo é que se relacionan entre si e coa economía en xeral? Estas cuestións poden abordarse dende distintos puntos de vista. Vou examinar catro aproximacións á descrición e análise do papel económico do sector cultural en canto se determina un conxunto particular de industrias culturais.

A primeira interpretación é a que describe o proceso secuencial polo que as materias primas se transforman nun produto cultural acabado. O Proceso pode concibirse a xeito de cadea da oferta ou cadea de valor, con estadios sucesivos que fornecen servizos ulteriores e que engaden valor ata o punto no que se acada a demanda final. A industria editorial é bo exemplo. Poño por caso que unha novela comeza a súa vida a xeito de idea na mente do autor, transformándose en palabras que poden pasar por moitas iteracións antes de chegar á mesa dun editor. Durante este proceso pode actuar un axente literario, e pode xerarse unha entrada editorial en canto se acepta publica-lo libro. Se vai aparecer en edición de tapas duras, entran en xogo os deseñadores e impresores, seguidos polos distribuidores, anunciantes e as liberías que levan o produto final ó consumidor. Cada estadio pode concibirse a xeito de proceso transformador, e o valor que se engade no proceso recompénsase ó cabo a xeito de serie de asignacións do prezo de venda do libro; habitualmente, a porcentaxe que recibe o creador orixinal (o novelista) adoita ser relativamente pequena, quizais un dez por cento ou menos.

³ Para unha exposición crítica máis detallada, véxase O'Connor (2011).

Neste marco da produción secuencial, as características estruturais das industrias culturais poden interpretarse en termos das relacións contractuais existentes entre os estadios sucesivos. Caves (2000) identificou as características peculiares dos bens e servizos culturais que lle dan a eses acordos contractuais a súa natureza distintiva. Inclúen estas a característica de “ninguén sabe”, que encapsula a incerteza radical relativa ó posible éxito mercantil dun produto cultural como é o caso dun filme (hainos que inesperadamente se convirten en éxitos internacionais, e por outra banda, hai aqueles dos que se espera con toda seguridade que teñan éxito convértense en fracasos de taquilla. As condicións contractuais tamén afectan á produción porque cada unidade dun ben cultural orixinal é única (caso extremo de diferenciación de produto) aínda que as copias sexan infinitamente reproducibles.

Esta secuencia lineal aparentemente inexorable descrita polo modelo da cadea da oferta non significa necesariamente que as influencias e interconexións corran só nunha dirección. En toda cadea de produción poden producirse efectos de retroalimentación sempre que actores que están en estadios posteriores da cadea poidan influír no que acontece nun estadio anterior do proceso. Por tal razón, pode suxerirse que o termo *rede de valor* pode dar unha descrición máis coidadosa dos procesos de produción cultural có de cadea de valor (Hearn et al. 2007; Keeble e Cavanagh 2008).

Aínda que poidamos apuntar ó grupo de produtos dicindo que define unha industria única que produce certo tipo de produto (a industria das artes visuais, a industria da moda, e outras semellantes) a secuencia da cadea da oferta que remite á creación, manufactura e distribución dun ben ou servizo cultural particular parece, con efecto, atravesar certo número de industrias diferentes. Por exemplo, os estadios que abranxen as operacións da industria musical inclúen distintas “subindustrias” que inclúen ós escritores de cancións, editores, compañías de gravación, axentes, promotores de concertos, vendedores minoristas de edicións musicais, etc. Cada unha destas subindustrias pode analizarse en termos das súas características organizativas e de funcionamento, e cada unha delas pode ter a súa propia secuencia da cadea de valor, que é un compoñente de máis ampla cadea de valor da música que abranxe o proceso de produción e distribución todo. Bótase de ver, logo, que a análise económica das industrias culturais segundo o modelo da cadea da oferta/valor pode virar complexo dabondo segundo se procuran niveis de detalle máis finos.

A segunda aproximación á descrición do papel das industrias culturais na economía toma o modelo da cadea de oferta ou ciclo de produción cultural e elabóroa por mor de interpretar as interrelacións entre compoñentes do sector cultural. Esta aproximación adoptouse a xeito de fundamento para o modelo do sector cultural proposto polo Instituto de Estatísticas da UNESCO (UIS) que tiña por obxectivo a elaboración de coleccións estatísticas culturais nacionais (UNESCO Institute of Statistics 2009). O Marco interpretativo de Estatísticas Culturais resultante agrupa as actividades culturais en varios “dominios”, que inclúen seis principais:

- patrimonio cultural e natural
- actuación e celebración
- artes e artesanías visuais
- libros e prensa
- medios audiovisuais e interactivos
- servizos de deseño e creativos

xunto cou outros dous dominios “relacionados”:

- turismo
- deporte e recreo

e tres dominios “transversais”:

- educación e adestramento
- arquivo e conservación

-materiais de equipamento e apoio

O criterio para esta aproximación expresouno o UIS dicindo que era responder ó “desafío de elaborar un marco estatístico cultural robusto e sostible...describir os procesos contributivos que permiten que a cultura non só se cree, senón que se distribúa, reciba use, critique (*sic*) entenda e conserve” (UNESCO Institute for Statistics 2007: 25).

O concepto de ciclo cultural segundo se representa no Marco de interpretación do UIS permite a especificación de descrições da produción cultural baseadas no produto, baseadas na industria e baseadas no emprego, e amplía o modelo da cadea de oferta/valor por mor de incluí-lo consumo de bens e servizos culturais. Ten, logo, capacidade de fornecer unha visión ampla da estrutura do sector cultural e do seu lugar na economía.

A terceira aproximación á interpretación da estrutura das industrias culturais céntrase na dinámica da transmisión cultural dentro dun sistema de produción cultural determinado. Exemplo desta aproximación é o chamado “modelo de círculos concéntricos” que interpreta a transmisión cultural a xeito de proceso polo que as ideas orixinais parten do núcleo creativo a sucesivos estratos de industrias do sector cultural e mesmo exteriores a el (Throsby 2008b). Os círculos dispóñense segundo a orde descendente do contido cultural do produto das industrias ou, de xeito equivalente, segundo o grao crecente de comercialización. A cerna, logo, inclúe as artes creativas primordiais. Outras industrias da cerna inclúen os filmes, as galerías, etc., as industrias culturais máis amplas (ou de máis difusión) inclúen os medios, a edición e outras semellantes e hai tamén un grupo de industrias culturais relacionadas nas que a produción é primordialmente comercial, pomos por caso a publicidade e a moda.

O modelo de círculos concéntricos é unha aproximación á conceptualización das características estruturais das industrias culturais que incorpora tanto o valor económico coma o cultural dos bens e servizos culturais. Pode esquematizarse con estas palabras:

O modelo presupón que o contido cultural xorde da incorporación das ideas creativas á produción e/ou presentación de son, texto e imaxe e que estas ideas se orixinan no escenario da creatividade artística primordial. É esta unha presuposición que dá primacía ós procesos de creatividade artística (que se distinguen dos científicos) e é a razón pola que as artes creativas (música, teatro, danza, artes visuais, literatura) estean no centro do modelo, cos sucesivos estratos dos círculos concéntricos definidos segundo as ideas e influencias destas actividades creativas se van difundindo cara ó exterior. O contido económico do modelo está representando polo valor mercantil e non-mercantil dos bens e servizos producidos tanto a xeito de produtos intermedios coma de produtos finais nos varios estratos do sistema.

(Throsby 2010: 91)

A difusión de ideas e influencias neste modelo pode interpretarse dicindo que funciona por medio dos procesos de transferencia de coñecemento que son familiares ós economistas que estudan a xeración e adopción de innovacións na economía en xeral. Porén, o que se move non son só as ideas, senón os propios traballadores creativos. Entón, unha parte do proceso de difusión representado polo modelo de círculos concéntricos acontece polo feito de que os traballadores que acadan adestramento ou experiencia no cerne poden acadar emprego nas industrias dos círculos exteriores ou mesmo fóra do sector cultural aplicando as súas capacidades creativas de maneiras adoito innovadoras.⁴

Unha aproximación final á descrición do papel económico das industrias culturais é o que se centra no poder económico, interpretando a dinámica da transmisión cultural nun sistema social máis amplo que ten relación tanto coa produción coma co consumo de produtos culturais. En tales modelos, o exercicio do poder económico é a forza motivadora usada (deliberadamente ou non) para influír nas actitudes e comportamento dos consumidores, e para conforma-las preferencias

⁴ Estes últimos describíense a xeito de traballadores “incrustados” no chamado modelo do “tridente creativo” (Cunningham e Higgs 2009)

culturais. Un bo número de capítulos do libro editado por Oakley e O'Connor (2015)⁵ fúndanse dunha maneira ou doutra nesta perspectiva, fornecendo unha visión alternativa do papel económico das industrias culturais.

Para concluír esta sección paga a pena advertir que a devandita discusión sobre modelos alternativos das industrias culturais contén varias mencións á palabra “cerne”. O concepto dun “cerne” nun sistema implica a centralidade ou un grao elevado de importancia atribuíble a algúns elementos dun sistema. Entón, as industrias culturais do cerne deberían ser aquelas que por algunha razón se consideran de máis significación có resto delas. Dado que as ideas sobre que é o que constitúe a significatividade varían moito dependendo dos propósitos, da disciplina dende a que se analiza e/ou da orientación ideolóxica, non é sorprendente que as designacións do cerne cultural difiran entre un analista e outro. Algúns autores céntranse nos medios de comunicación de masas e en produtos coma os filmes, a música e os videoxogos que son importantes no consumo cultural popular, relegando as chamadas “artes elevadas” a un status periférico (Hesmondhalgh 2007). Outros examinan un “cerne creativo” que considera a produción de contido cultural primario a xeito de principio rector (KEA European Affairs 2006; Work Foundation 2007; De Natale e Wassall 2007; Throsby 2008b). Unha designación máis neutral das industrias culturais do cerne podería cosideralas sinxelamente as que son máis decote incluídas nos sectores da industria cultural en distintos países, segundo se describiu mais arriba.

Medición

Tornamos agora a aspectos das industrias culturais que os economistas queren medir e a examinar como é que o poden facer. As respostas a estas cuestións dependen do propósito da análise. A aproximación máis sinxela é a de avaliar a contribución que fai á macroeconomía unha industria cultural particular, ou o sector cultural a xeito de todo, medida en termos de variables tales coma o valor bruto da produción (Gross Value of Production), o valor engadido, o emprego, as exportacións e outras semellantes. De tales datos derivanse os indicadores nacionais populares da achega do sector cultural ó PIB, ou a proporción de traballadores creativos na forza de traballo do país. As estatísticas recóllense xeralmente cun período regular e a longo prazo, permitindo identificar tendencias das variables principais no curso do tempo.

O concepto da achega dunha industria á economía pode contrastarse coa avaliación do impacto económico. Este último termo ten relación cos efectos a curto prazo e puntuais dalgunha intervención coma un festival ou un proxecto de investimento cultural. En tales casos, a medición céntrase nos impactos directos e indirectos da intervención, incluíndo os efectos de fluxo e os efectos multiplicadores. Os estudos de impacto usáronse moito para avaliar os beneficios económicos para as comunidades locais ou rexionais xerados polas institucións culturais, os acontecementos artísticos e actividades semellantes (Madden 2001; Throsby 2004; Seaman 2011). Tales estudos son menos aplicables ás industrias culturais a xeito de totalidade. O resto desta sección, logo, trata só da medición da achega económica do sector cultural segundo se definiu previamente.

As dúas variables máis importantes que hai que medir para avaliar a achega económica da industria cultural son o produto e o emprego. O valor do produto producido polas industrias na economía mídese nas contabilidades nacionais de varias maneiras, incluídos o valor bruto da produción e o valor engadido bruto. Co acordo apropiado a respecto de cales industrias deben incluírse no sector cultural, pódense usar os datos destas contabilidades para identificar o valor da achega do sector á economía. Os datos refírense ó produto que chega ó mercado, quere dicir, á produción que se intercambia por medio dos mercados é que, finalmente, satisfai a demanda final dos consumidores. Non se contabiliza a produción vendida ou intercambiada por medio da economía informal.

O primeiro punto de referencia ó considera-la colección de datos no nivel da economía toda son as contabilidades nacionais. Nos máis dos países fúndanse no Sistema de Contabilidades Nacio-

⁵ Oakley, K. e J. O'Connor (2015) *The Routledge Companion to Cultural Industries*, Oxon: Routledge.

nais (System of national Accounts: SNA), un marco acordado internacionalmente para a recolección de estatísticas relativas ó produto, entradas e emprego na economía. O Sistema de Contabilidades Nacionais describe industrias en varios niveis de desagregación, e identifica varios sectores coma o doméstico, o gubernamental e outros semellantes. Aínda que estas contabilidades foron inestimables durante moitos anos á hora de fornecer unha base consistente para a recolección de datos relativos á economía, non cubren varias áreas importantes, como é o caso da produción doméstica, as entradas debidas ó traballo voluntario, etc. Amais, cando se consultan datos dun sector específico da economía como é o caso do sector cultural, a categorización das industrias pode ser un tanto rixida, facendo difícil especificar un grupo que coincida exactamente con nocións a priori do que contén o sector.

Algunhas das limitacións do Sistema de Contabilidades Nacionais a xeito de base para estimar a contribución das industrias culturais á economía poden paliarse por medio do desenvolvemento dun conxunto de contabilidades satélites para a cultura. Un modelo de contabilidade satélite para un sector determinado permite unha expansión da información contida nas contabilidades nacionais achegando elementos para unha clasificación máis finamente articulada das industrias que nos ocupan por medio da introdución de datos adicionais, conceptos alternativos e descricións máis detalladas. Tales descricións e contabilidades preparáronse no pasado para sectores coma o turismo e o ambiente, mais só recentemente se empezaron a desenvolver para a cultura. O traballo inicial en Colombia (Convenio Andrés Bello 2009) e Finlandia (Ministerio Finés de Educación 2009) foron seguidos por varios estudos empíricos, incluíndo proxectos en Hespaña (Ministerio hespañol de cultura 2011), e Estados Unidos de America (Bureau of Economic Analysis/National Endowment for the Arts 2013), Australia (Australian Bureau of Statistics 2014) e Uruguai (Asuaga et al. 2013).

Para ilustra-los tipos de datos que pode xerar un conxunto de contabilidades satélite, tomáronse as seguintes estatísticas dos resultados para o ano 2011 do proxecto estadounidense ó que nos referimos:

- a produción de artes e bens culturais engadiu máis de 504.000 millóns de dólares á economía estadounidense, representando aproximadamente o 3'25 por cento do produto interior bruto dese ano;
- estas industrias empregaron preto de dous millóns de traballadores e xeraron 289.500 millóns en pagamentos, salarios e suplementos para estes traballadores;
- os multiplicadores calculados a partir das contabilidades satélites indican que cada incremento de un dólar na demanda de artes e cultura xera 1'65 dólares na produción de tódalas mercaderías estadounidenses, e que cada incremento de un millón de dólares crea aproximadamente 1750 empregos novos; e
- Estados Unidos de América experimentou un superávit mercantil de bens e servizos culturais no 2011, con 39'4 milleiros de millóns de exportacións e 28'9 milleiros de millóns de importacións.

Estes datos son máis fiables cás estimacións previas porque se fundan nun grupo de industrias culturais máis preciso e coidadosamente controlado.

As contabilidades satélites da produción cultural miden o valor mercantil de bens e servizos culturais fornecidos comercialmente e tamén conteñen unha estimación do valor do produto cultural ofrecido a prezo reducido ou gratuitamente por organizacións benéficas.⁶ Amais, en todo caso, pénsase xeralmente que as artes e maila cultura fornecen beneficios públicos significativos que se lle escapan ó mercado. O valor de tales beneficios, na medida en que existan, reflíctese na vontade que teña a comunidade para pagar o apoio ás artes e á cultura por medio dos impostos obrigatorios, e por medio de contribucións voluntarias a institucións culturais, fundacións, campañas benéficas, etc. Este valor pode medirse usando técnicas coma a avaliación continxente, instrumentada por medio dunha mostra da poboación relevante (Guccia 2011). Toda estimación xeral do valor agregado xerado pola cultura na economía será insuficiente para ofrecer unha avaliación com-

⁶ As últimas describíense ás veces en terminoloxía contable coa expresión "produto non mercantil", aínda que en economía este termo resérvase para efectos secundarios ou bens públicos, quere dicir, para casos de fracaso do mercado.

pleta medible en termos monetarios se non inclúe unha estimación do valor atribuíble a estes efectos non mercantís.

Tornamos agora á outra variable principal que se debe medir, quere dicir, ó emprego. Eiquí volven xurdir problemas de definición, problemas terminolóxicos. Por exemplo, é traballador cultural alguén que xera produción cultural directa ou, sinxelamente, todo aquel que traballa nunha industria cultural? Outra cuestión semellante é a de sabermos como é que se distinguen as “ocupacións creativas” doutros traballos. Distintos países usan definicións distintas, e o resultado disto é que as comparanzas internacionais da contribución das industrias culturais ó emprego agregado son difíciles de establecer.

Un grupo particular de traballadores culturais que atraeu a atención dos economistas é o dos artistas creativos (Throsby 2012). Estes traballadores xeralmente non se adecúan ós modelos económicos convencionais de comportamento no mercado laboral ó estar motivados en boa medida por consideracións non pecuniarias nas súas decisións laborais. É típico que encaren unha elección entre traballar na súa práctica artística por un beneficio económico relativamente pequeno, ou que acepten un traballo menos satisfactorio fóra das artes que é máis remunerativo. A elección ten que se facer suxeita a unha restrición imposta pola entrada mínima. Tales decisións exemplifican unha das moitas maneiras en que as consideracións económicas poden influír na natureza cualitativa do traballo dun artista.

Outros aspectos do traballo creativo que trataron os economistas inclúen as determinantes dos gaños artísticos, a experiencia de paro dos artistas e as traxectorias da carreira dos que entran no mercado laboral artístico. Dado que nos máis dos países hai tipicamente unha sobreoferta de artistas potenciais en relación coa capacidade de absorción do mercado laboral, xorden cuestións sobre os resultados da educación e dos programas de adestramento nas artes visuais e escénicas. Achouse que aínda que moitos graduados neses programas non rematan traballando de artistas, son, porén, capaces de aplica-los recursos creativos que adquiriron de maneira satisfactoria noutras ocupacións.⁷

Finalmente, os economistas culturais interesáronse cada vez máis en expandi-la comprensión do valor na economía da arte e a cultura, extendendo o concepto para recoñece-lo valor cultural, entendendo por tal aqueles aspectos de valor dos fenómenos culturais que non son expresables usando a métrica económica estándar do valor monetario. Abundan eiquí as cuestións de medición, sen que haxa aínda ningún método establecido nin procedementos de avaliación universalmente recoñecidos. Sexa como for, estanse a facer algúns progresos en colaboración con outras disciplinas que se ocupan do mesmo tipo de problemas, poño por caso a avaliación do patrimonio cultural.⁸

Conclusións

Este ensaio comezou apuntando o interese continuamente crecente polo papel das industrias culturais a xeito de sector da economía durante as tres décadas posteriores á metade dos anos oitenta. Advertimos unha interperitación máis ampla destas industrias que se desenvolveu nos anos noventa; esta visión expandida conforma o debate actual a respecto de cómo é que se poden incluír no discurso da regulamentación das políticas culturais. Ó respecto, un campo de particular interese é o do papel da cultura no desenvolvemento económico e o do potencial das industrias culturais na promoción de crecemento equitativo e sostible nos países en desenvolvemento. Aínda que estas cuestións foron asunto de interese prioritario na elaboración de regulamentacións internacionais de política cultural dende os días da Comision Mundial para a Cultura e o Desenvolvemento (World Comision on Culture and Development 1995), colleron nova significación na

⁷ Véxase, por exemplo, Oakley et al. (2008); para unha resposta, véxase McRobbie e Forke (2009).

⁸ Os especialistas en patrimonio usaron sistemas de avaliación na declaración da significación cultural de edificios e lugares históricos. Véxase, por exemplo Marquis-Kyle e Walker (2004). Os métodos para a declaración do valor cultural do patrimonio revisáronse en Throsby (2013).

preparación da proposta de reformulación dos Obxectivos de Desenvolvemento do Milenio de Nacións Unidas, programados para o 2015. Dado que é posible que calquera conxunto de obxectivos de desenvolvemento revisados que vaia adopta-lo sistema de Nacións Unidas ha centrarse moito na sostibilidade, dedicouse considerable esforzo a articular máis claramente o papel da cultura tanto a xeito de facilitadora coma a xeito de condutora do desenvolvemento (United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization 2013). Neste entorno de evolucións rápidas, a contribución das industrias culturais ás economías dos países en desenvolvemento xorde a xeito de compoñente clave dos argumentos que dan á cultura un perfil máis forte na elaboración de regulamentacións políticas internacionais. A Asemblea Xeral de Nacións Unidas aprobou varias resolucións a estes efectos. Se as cousas van como é debido, estes esforzos poden levar a unha integración máis efectiva das regulamentación política cultural e económica facendo avanza-lo desenvolvemento sostible por todo o mundo adiante.

Finalmente, para tornarmos á contribución que poida face-la economía ó estudo das industrias culturais, pode observarse que algúns seguen preguntándose se a entrada dos economistas nunha área dedicada á cultura e ás artes non é unha intrusión. Moitos analistas culturais de disciplinas que non son a economía seguen a ser críticos co que consideran a reificación da cultura implícita na aplicación de métodos estándar de análise económica ás industrias culturais. Cando tales aplicacións ignoran totalmente as dimensións culturais, tratan os bens e servizos culturais como se non fosen diferentes doutros produtos e consideran que os resultados económicos son os únicos que importan (cousa inherente ós modelos económicos neoclásicos estándar), a crítica parecería estar ben fundada. Porén, a contribución da economía a debates sobre a cultura está a se desprazar dende os estreitos confíns do paradigma neoclásico para abraza-la teoría heterodoxa e as interaccións con outras disciplinas.⁹ É posible que estas tendencias continúen. Para rematar, pode manterse que a análise económica das industrias culturais non debería verse como se fose contraria ás aproximacións doutras disciplinas dedicadas ó estudo da cultura na economía e na sociedade, senón como complementaria.

BIBLIOGRAFÍA

Asuaga, C., Trylesinski, F. e Medeiros, G. (2013), *Satellite Culture Account for Uruguay: Visual and Plastic Arts Sector*, Association for Cultural Economics International Working Paper n° A WP-08-2013.

Australian Bureau of Statistics (2014), *Australian National Accounts: Cultural and Creative Activity Satellite Accounts 2008-2009*, Cat. n° 5271.0, Canberra: ABS.

Bureau of Economic Analysis/National Endowment for the Arts, US (2013), *Arts and Culture Production Satellite Account, Issue Briefs N° 1-6*, Washington DC: BEA/NEA.

Caves, R. E. (2000), *Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce*, Cambridge, MA: Harvard University Press.

Commonwealth of Australia (1994), *Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy*, Canberra: Department of Communications and the Arts.

Convenio Andrés Bello (2009) *Consolidación de un Manual Metodológico para la Implementación de Cuentas Satélites de Cultura en Latinoamérica*, Bogotá: CAB e Inter-American Development Bank.

Guccia, T. (2011), "Contingent valuation", en R. Towse (ed.) *A Handbook of Cultural Economics*, 2ª ed., Cheltenham: Edward Elgar, pp. 90-99.

Cunningham, S. e Higgs, P. (2009), "Measuring creative employment. Implications for innovation policy", *Innovation: Management, Policy and Practice*, 11: 190-200.

De Natale, D. e Wassall, G. H. (2007), *The Creative Economy: A New Definition*, Boston: New England Foundation for the Arts.

Department for Culture, Media and Sport, UK (2001), *Creative Industries Mapping Document 2001*, Londres: DCMS.

⁹ Poño por caso as achegas de Hutter e Throsby (2008) e Ginsburgh e Throsby (2014).

Department for Culture, Media and Sport, UK (2014), *Creative Industries Economic Estimates: Statistical Release*, January, Londres: DCMS.

Finnish Ministry of Education (2009), *Culture Satellite Account: Final Report of Pilot Project*, Helsinki: Department for Cultural, Sport and Youth.

Granham, N. (2005), "From cultural to creative industries", *International Journal of Cultural Policy*, 11: 15-29.

Ginsburgh, V. e Throsby, D. (eds.) (2014), *Handbook of the Economics of Arts and Culture*, Vol. 2, Amsterdam: Elsevier/North-Holland.

Hearn, G., Roodhouse, S. e Blakey, J. (2007), "From value chain to value creating ecology", *International Journal of Cultural Policy*, 13: 419-36.

Hesmondhalgh, D. (2007), *The Cultural Industries*, 2^a ed., Londres: Sage.

Hutter, M. e Throsby, D. (eds.) (2008) *Beyond Price: Value in Culture, Economics, and the Arts*, Nova York: Cambridge University Press.

KEA European Affairs (2006), *Economy of Culture in Europe*, Bruxelas: European Commission, Directorate-General for Education and Culture.

Keeble, D. e Kavanagh, R. (2008), "Concepts in value chain analysis and their utility in understanding cultural industries", en Conference Board of Canada (ed.), *Compendium of Research Papers from the International Forum on the Creative Economy*, Ottawa: Conference Board of Canada: 161-70.

Madden, C. (2001), "Using "economic" impact studies in arts and cultural advocacy: a cautionary note", *Media International Australia*, 98: 161-78.

Marquis-Kyle, M. e Walker, P. (2004), *The Illustrated Burra Charter: Good Practice for Heritage Places*, Burwood (Australia): ICOMOS.

McRobbie, A. e Forke, K. (2009), "Artists and art schools: For or against innovation? A reply to NESTA", *Variant*, 34: 22-24.

Mikic, H. (2012), *Measuring the Economic Contribution of the Cultural Industries: A Review and Assessment of Current Methodological Approaches*, Montreal: UNESCO Institute of Statistics.

Myerscough, J. (1988), *The Economic Importance of the Arts in Britain*, Londres: Policy Studies Institute.

Oakley, K, Sperry, B., e Pratt, A. C. (2008), *The Art of Innovation: How Fine Arts Graduates Contribute to Innovation*, Londres: NESTA.

O'Connor, J. (2011), *Arts and Creative Industries: A Historical Overview and an Australian Conversation*, Sidney: Australia Council for the Arts.

Seaman, B. (2011), "Economic impact of the arts" en R. Towse (ed.) *A Handbook of Cultural Economics*, 2^a ed., Cheltenham: Edward Elgar: 201-10.

Spanish Ministry of Culture (2011), *Satellite Account on Culture in Spain: Advance of 2000-2009 Results*, Madrid: Ministerio de Cultura.

Throsby, D. (2004), "Assessing the impacts of a cultural industry", *Journal of Arts Management, Law and Society*, 34: 188-204.

Throsby, D. (2008a), "Modelling the cultural industries", *International Journal of Cultural Policy*, 14 (3), 217: 32.

Throsby, D. (2008b), "The concentric circles model of the cultural industries", *Cultural Trends*, 17 (3): 147-64.

Throsby, D. (2010), *The Economics of Cultural Policy*, Cambridge: Cambridge University Press.

Throsby, D. (2012), "Artistic labour markets: Why are they of interest to labour economists?" *Economia della Cultura*, 22 (1): 7-16.

Throsby, D. (2013), "Assessment of value in heritage regulation" en I. Rizzo e A. Mignosa (eds.), *Handbook on the Economics of Cultural Heritage*, Cheltenham: Edward Elgar: 456-69.

UNESCO Institute for Statistics (2007), *The UNESCO Framework for Cultural Statistics: Draft*, Montreal: UIS.

UNESCO Institute for Statistics (2009), *The 2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics*, Montreal: UIS.

UNESCO (2013), *The Creative Economy Report: Widening Local Development Pathways*, New York: UNESCO.

United Nations Conference on Trade and Development (2008, 2010), *Creative Economy Report*, Geneva: UNCTAD.

United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (2013), *Creative Economy Report*, Paris: UNESCO.

Work Foundation (2007), *Staying Ahead: The Economic Performance of the UK's Creative Industries*, Londres: Department for Culture, Media and Sport.

World Commission on Culture and Development (1995), *Our Common Future*, Oxford: Oxford University Press.