

Reflexiones a propósito de la economía de la cultura

Tania García*

*Ser bueno es el único modo de ser dichoso,
ser culto es el único modo de ser libre pero,
en lo común de la naturaleza humana,
se necesita ser próspero para ser bueno.
José Martí, “Maestros ambulantes”*

La producción de bienes y servicios culturales es un sector económico en el mundo, en el hemisferio americano, en la región latinoamericana y en Cuba. Este sector, a grandes rasgos, se caracteriza por su carácter pro cíclico, o sea, que crece y se fortalece en momentos de bonanza económica y se retrae en momentos de recesión, en tanto, en la generalidad de su consumo, se considera un gasto y no una inversión. Su estructura productiva manifiesta una alta concentración oligopólica de la propiedad y en su funcionamiento, y muchas de las manifestaciones artísticas están controladas por grandes empresas transnacionales que abarcan los eslabones fundamentales de la cadena de realización. De la misma forma, el desarrollo de la producción de bienes y servicios culturales está signada por altos desafíos tecnológicos en todas las manifestaciones artísticas y, en especial, en el cine y la música, que reclaman procesos inversionistas con altos niveles de riesgo. Por otra parte, el mercado del arte incide en movimientos financieros de envergadura cuando actúa como cielo seguro en momentos de turbulencias inflacionarias o como fuente de financiamiento para entrar en el torrente crediticio, a través de la utilización de los recaudos por derecho de autor de las grandes asociaciones de creadores. (García, 2007)

Por ello, abordar el tema de la economía de la cultura, en tanto sector económico, no es un análisis exento de conflictividades, y generalmente ha sido considerado desde posiciones extremas. En ocasiones, se ha visto como un medio inevitable para asegurar el ciclo productivo que recorre desde la creación hasta el consumo cultural. En esa dirección apunta la reflexión de Marco Schneider en “La socio-génesis del capital mediático” (2005) cuando señala que: “El problema de la música popular contemporánea no es la industria cultural en sí, sino el modo de producción capitalista”.

En otras ocasiones se considera que las dimensiones económicas *mercantilizan y banalizan* la creación. Tal ha sido el razonamiento de Manuel Talens (2005) cuando plantea que:

No es ninguna casualidad si el arte en el mundo globalizado actual se caracteriza mayoritariamente por su banalización, puesto que está en manos, también mayoritariamente, de la denominada *industria de la cultura* –y recalco aquí la palabra *industria* –, que ejerce un “control absoluto de todo el proceso de producción artística”, desde el “material de soporte” de cualquier obra hasta los medios de comunicación en que esta será valorada, pasando por la elección del artista, que se verá otorgar el “privilegio” de pertenecer a tal o cual sello, y por la censura previa de todo discurso que ponga en entredicho el carácter de mercancía del producto final, que es, como acabo de señalar, un objeto de consumo, comercializable y vendible al mismo título que una silla, un

* Doctora en Ciencias Económicas. Investigadora agregada del ICIC Juan Marinello. Se ocupa de temas relacionados con economía de la cultura. taniahuis@cubarte.cult.cu.

perfume o una lavadora. En tales condiciones de castración política o revolucionaria de la obra artística, el arte pasa a ser puro entretenimiento, objeto pasivo, transmisor de ideología capitalista destinada a perpetuar un estado de cosas en el que lo fundamental es la plusvalía que se obtiene de su intercambio, sin otro objetivo que la propia plusvalía.

Resulta necesario reconocer que “cualquier práctica es, simultáneamente, económica y simbólica”. (Linares *et al.*, 2008) La industria como proceso económico sirve a los intereses de quien aporte sus recursos, sus gestiones, sus insumos, y determine los mecanismos de distribución-consumo que tendrá el producto final de sus procesos productivos. No se pueden confundir los medios con los fines. Si el Estado nacional impulsa el desarrollo de la industria cultural como parte de la estrategia de desarrollo nacional en general y de la cultura en particular, las creaciones estarán seguramente en correspondencia con los intereses de la nación. Si el Estado no actúa como el verdadero gestor e impulsor de los procesos culturales, se generalizará la distribución a partir de mecanismos determinados por las capacidades adquisitivas y no en virtud de políticas públicas que socialicen al menos el consumo cultural que debe llegar a todas las capas de la población.

Los menos aprecian a este sector económico como una vía para respaldar mayores crecimientos y desarrollo, tanto económico como creativo, a pesar de que las dimensiones económicas de la cultura están presentes desde el acto creativo hasta el consumo. Helmo Hernández, director de la Fundación Ludwig de Cuba, reflexiona:

Yo creo que el mercado —como cualquier otro de los mediadores— es una necesidad de la creación artística tal y como está organizado en Occidente, el mundo al cual pertenecemos. Por lo tanto, hay que conocerlo, hay que saber usarlo; no se puede ser *naive* frente a los meca-

nismos que puede emplear. (citado por Amaya, 2008)

Pero las dimensiones económicas de la cultura no siempre han sido vistas como un instrumento que, en función de la política que se aplique, beneficiará a la creación y también a la economía nacional o servirá a los intereses de los capitales mediáticos. Y es que identificar la cultura como un sector económico implica diseñar e introducir las políticas públicas que contrarresten las consecuencias que le imponen las dinámicas y las lógicas del capital a la creación artística y literaria y, al propio tiempo, respetar aquellos requerimientos que demanda la proyección de un sector económico. El voluntarismo y la improvisación no han sido validados como características eficaces en la conducción de una economía, como tampoco lo serían en el impulso a la cultura como sector económico.

La política económica asociada a la cultura y la política cultural, obrando armónicamente, pueden y deben resultar altamente provechosas para preservar el patrimonio cultural y fortalecer el patrimonio económico de la nación cubana. El mercado es una forma de comunicación. No es la única, ni la más importante; sin embargo, no puede ser ignorada sino regulada, puesto que por ignorarla se pagarían altos costos, especialmente en términos de preservación del patrimonio cultural. Tampoco puede ser administrada sino estimulada o desestimulada, dado que se mueve en el ámbito de la elección personal.

En la actualidad, las industrias creativas en el mundo (definidas como aquellas que tienen el conocimiento y la propiedad intelectual como su contenido primario básico) están entre los sectores más dinámicos del comercio mundial. Según la UNCTAD (2008) estas incluyen todas las manifestaciones artísticas, tales como el patrimonio, las expresiones culturales tradicionales, los festivales, los lugares culturales, las artes visuales, el amplio espectro de la industria editorial, el diseño, los medios masivos de comunica-

ción, las artes audiovisuales, la música, las artes escénicas, y también diversos servicios creativos como la arquitectura, la publicidad, la investigación y desarrollo, y servicios recreativos y culturales. O sea, incorpora como industrias creativas¹ a todas aquellas que fomentan bienes creativos o servicios intangibles con contenido creativo, valor económico y que se comercializan en el mercado. Estas industrias están generando una importante corriente de ingresos, crean empleos en diferentes especialidades y ramas del saber, y generan un importante mercado internacional.

El organismo internacional estima que el comercio internacional de bienes y servicios creativos estuvo en 2005 en el orden de los 445.239 millones de dólares, con una tasa anual de crecimiento del 8,7% entre 2000 y el 2005. Las exportaciones de los bienes creativos están dominadas por los bienes, con un incremento de valor de 189.2 mil millones de dólares a 335.5 mil millones de dólares, aunque con un decrecimiento en su participación en el mercado mundial total, acorde con las cifras oficiales disponibles. Sin embargo, las exportaciones de servicios creativos duplicaron sus montos al pasar de 45.6 mil millones a 109.7 mil millones, lo que representó pasar del 19% al 25% del total de las exportaciones creativas. (UNCTAD 2008:6)

Según la información primaria presentada por la UNCTAD, la estructura geográfica del mercado de bienes creativos presenta un predominio de los países desarrollados (Europa, EE.UU., Japón y Canadá) del orden del 58%, y un 42% del resto del mundo. Sin embargo, esa concentración aún es más evidente al apreciar la participación de Europa. China, por otra parte, encabeza hoy el listado de los 20 países exportadores fundamentales, con un 18,3% del mercado mundial.

En este contexto llama la atención que Centro y Suramérica, además del Caribe, solo alcanzan el 2,58% del mercado mundial. Según estadísticas mundiales, México, Brasil,

Colombia y Argentina son los exportadores líderes de la región, siendo México el único país del área incluido en la lista de los 20 principales exportadores de bienes creativos a nivel mundial. Evidentemente esta participación en el mercado no se corresponde con la riqueza de la creación cultural del continente latinoamericano y lo que puede estar sucediendo es una evasión de la creación y una cesión de derechos a favor de los productores extra regionales.

Las exportaciones de los servicios creativos muestran una tendencia claramente expansionista, pero al propio tiempo de un alto nivel de concentración en los países desarrollados, que controlan el 82% del mercado, mientras que los subdesarrollados solo el 11% y las economías en transición el 7%. En este mercado tampoco el continente tiene una presencia relevante.

¿Y en Cuba...?

La conciencia de que ignorar un fenómeno no lo elimina ha provocado que se haya comenzado a jerarquizar la evaluación de las dimensiones económicas de la cultura cubana, tanto por el sistema de investigaciones culturales como por algunos de los actores públicos y privados, especialmente en universidades, en las facultades de Economía y Contabilidad y también en las de las artes. En un contexto de grandes confrontaciones ideológico-culturales, como el que se vive en la actualidad, la política económica y cultural cubana puede encaminarse a evitar que se mercantilice la creación artística y literaria pero, al propio tiempo, contribuir a que se reconozca y utilice, en bien de los creadores y de su pueblo, la riqueza material que se genera a partir de las artes y la literatura. La relación entre el Estado, el mercado y la sociedad en Cuba ha ido construyéndose para poner límites a cualquier factor que inhiba el cumplimiento de las políticas definidas en cumplimiento de los objetivos que conforman

¹ Este concepto no cuenta aún con el consenso pleno en todos los medios académicos, intelectuales, y otros, en tanto en cada país el universo que abarca este campo no siempre es el mismo.

la Estrategia Nacional de Desarrollo. Es por ello que existen las condiciones para que la producción de bienes y servicios culturales ocupen cada vez un lugar mayor en la economía cubana.

La conducción y la aplicación de la política económica de la cultura, que se realiza a través de múltiples niveles y actores, necesita disponer de un sistema de información cultural ampliamente socializado que provea los instrumentos analíticos requeridos para poder diseñar y desplegar políticas innovadoras que permitan optimizar la contribución económica de estas industrias para beneficio de la creación y de un desarrollo inclusivo. Ese sistema de información ha de ser cultural y económico y con canales de intersección que verifiquen la correspondencia entre la disponibilidad de recursos por manifestaciones artísticas y los programas culturales que se proyectan, que identifiquen la efectividad de las políticas y también en qué medida la oferta cultural, tanto pública como vía mercado, responde a la demanda existente y va refractando el cumplimiento de los objetivos de las políticas culturales.

El país cuenta con un sistema de producción de estadísticas continuas muy completo y bien estructurado, organizado a través de la Oficina Nacional de Estadísticas, perteneciente al Ministerio de Economía y Planificación, que elabora un anuario estadístico abierto, y por su parte el Departamento de Planificación – Estadística de la Dirección de Economía del Ministerio de Cultura emite cada año un Anuario de Estadísticas Culturales que “resume los resultados alcanzados durante el año [...] de las actividades artístico-culturales desarrolladas por las instituciones del Ministerio de Cultura y los Órganos del Poder Popular”, (*Anuario...*, 2008) que forma parte del sistema de información estadística complementaria propia de la actividad cultural. No obstante, no son de acceso público otras informaciones relevantes a los efectos del seguimiento sistemático en

la economía de la cultura, tales como el presupuesto estatal por manifestaciones artísticas, los ingresos, la inversión, los precios, el empleo, así como la actividad del comercio exterior, entre otras.

En el caso cubano la propia proyección cultural del país ha contribuido a fomentar una producción artística y literaria de reconocido impacto continental y mundial. El presupuesto cubano de los últimos años demuestra esta persistente tendencia.² La inversión en educación, ciencia y cultura, y arte ha sido sostenidamente ascendente, tanto en lo que compete a su participación en la actividad presupuestada (de 26,5% en 1999 a 30% en 2006, que en el contexto de una economía centralmente planificada constituye una cifra de alta significación), como en lo referente al total de gastos presupuestados para atender todas las necesidades de la nación, incluida la actividad empresarial (de 15,3% en 1999 a 19,5% en 2006).³ De hecho, la educación, la ciencia y el conocimiento, así como el arte y la cultura, se encuentran en cada fase del proceso productivo porque se reflejan en cada rama del saber. Solo es posible intentar el desarrollo cuando se cuenta con una fuerza de trabajo calificada, y en el caso cubano, en los años 2002–2006, se han graduado 112.714 alumnos en la enseñanza superior y 383.091 de la enseñanza técnica y profesional.⁴

El Estado asigna recursos a la cultura a través de distintas modalidades, tales como los presupuestos corrientes y las asignaciones puntuales desde la reserva central del país. Las estructuras territoriales provinciales y municipales disponen de presupuestos respectivos que representan los mayores montos dedicados a la creación y el consumo cultural, desde el Estado. Al propio tiempo se ha establecido el Fondo Especial de Proyectos Culturales e Instituciones, para proyectos específicos, y el Fondo de Desarrollo de la Educación y la Cultura, que asegura distintos ámbitos de la institucionalidad, como la enseñanza artística.

² Cálculos efectuados a partir del *Anuario estadístico de Cuba 2006*. Edición 2007.

³ Ídem.

⁴ Ídem.

La asignación del presupuesto estatal a la creación artística y literaria casi se ha duplicado en los últimos siete años, pasando del 2,4% al 4,2% del total de la actividad presupuestada y del 1,4 al 2,9% del total de gastos de la nación. Esa asignación representa una elevación de 35 a 73 pesos *per cápita* entre 2002 y 2006.⁵ Por supuesto que resulta insuficiente, pero indica un ascenso. Y esto es más importante si se compara con otros países del continente. “La proporción del presupuesto de cultura correspondiente al ámbito nacional en el total del presupuesto es de 0,24% para Argentina (2005), el 0,16% en Perú (2004), 1% en Uruguay (2005), 0,11% en Colombia (2005), 0,20% en Brasil, 0,28% en Chile (2005) y 0,53% en Venezuela”.⁶

¿Pero, y el PIB....?

Al margen de sus carencias para la interpretación del bienestar social, el PIB⁷ sigue siendo el indicador referente para mostrar el crecimiento de las economías nacionales, básicamente en términos de valores añadidos y su estructura sectorial, por lo que a los efectos de demostrar que la producción de bienes y servicios culturales es un sector económico, resulta necesario establecer su participación en el indicador de registro de la actividad económica.

El significativo espacio alcanzado por las distintas manifestaciones artísticas evidencia sus potencialidades para la gestación de ingresos por y para la propia creación artística y literaria. La línea divisoria entre reconocer la producción cultural como mercancía y mercantilizar la creación artística es permanentemente conflictiva y susceptible de ser sometida a extremos incompatibles con

la obtención de dos importantes resultados: eficacia de la política cultural y eficiencia de la economía de la cultura. Para ello es necesario contar con un diseño de política económica que reconozca esas particularidades y actúe de manera consciente sobre ese producto especial que es la creación artística y literaria, teniendo en cuenta que la política debiera ser precisamente el arte de conjugar los sueños con lo alcanzable.

Y algunos números hablan por sí mismos...

El MERCOSUR Cultural ha desplegado ingentes y mancomunados esfuerzos porque los gobiernos latinoamericanos visualicen este importante sector. Siguiendo las sugerencias realizadas en el II Seminario Internacional de Sistemas de Información Cultural del MERCOSUR, celebrado en Argentina en septiembre de 2008, el Ministerio de Cultura cubano ha aplicado la metodología de cálculo consensuada para estimar el lugar que ocupa la producción de bienes y servicios culturales en las economías domésticas. Esa metodología contempla el registro de la información contenida en los grupos 22 y 92 del sistema de cuentas nacionales. El grupo 22 incluye las actividades de edición, impresión y reproducción de grabaciones, edición de libros, folletos, partituras, y otras publicaciones, así como periódicos, revistas, otras publicaciones seriadas y actividades de servicios relacionadas con estas manifestaciones artísticas. El grupo 92 concentra la mayor cantidad de manifestaciones artísticas, entre las que se destacan la industria audiovisual, (incluidas la producción, distribución y exhibición cinematográfica, la radio y la televisión).

⁵ Fuente: Intervención de Ileana Sabio, Jefa del Departamento de Planificación y Estadísticas de la Dirección de Economía del MINCULT en la Reunión de Observatorios Culturales de Iberoamérica.

⁶ Ver “Cuenta Satélite de la Cultura. Primeros pasos hacia su construcción en el MERCOSUR CULTURAL”. Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación, República de Argentina.

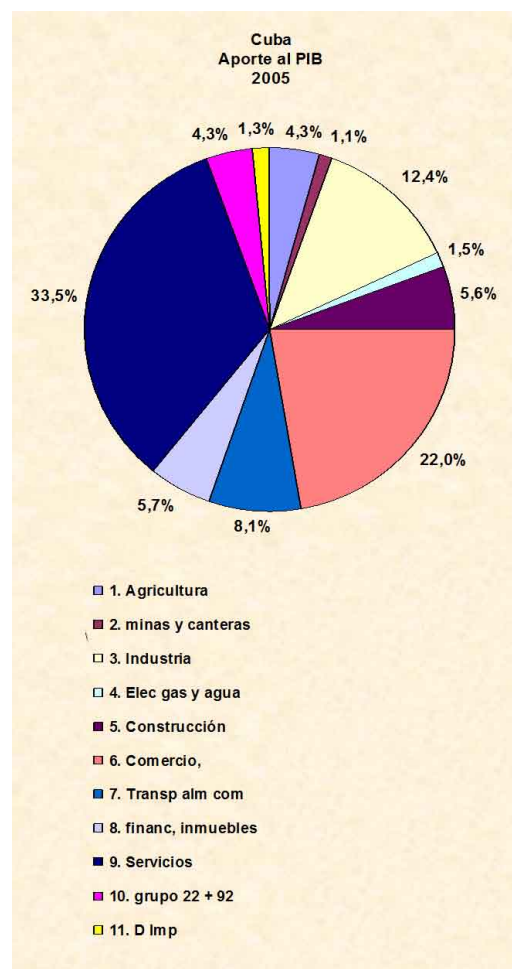
⁷ En la actualidad están emergiendo de nuevo las críticas a la utilización de este indicador de las cuentas nacionales. Incluso el creador del PIB, Simon Kuznets, cuestionó su uso como indicador general del bienestar, al decir que “el bienestar de una nación apenas sí puede ser definido a partir de una medida del ingreso nacional”. Frente a las críticas de su incompetencia para demostrar el bienestar de la sociedad, se ha levantado por algunos la conveniencia de fijar la atención y los análisis en el PIB *per cápita*, lo que, por supuesto, solo incorpora el *elemento crecimiento poblacional* pero sigue sin solucionar el componente distributivo que, en el caso de América Latina, es de una relevancia indiscutible. Ver IPS Hazel Henderson.

También contiene todas las manifestaciones artísticas de las artes escénicas, musicales, danzarias, circenses, etc. De la misma forma, se reflejan en este grupo dos ramas de vital importancia para la aplicación de la política cultural, a saber, el sistema nacional de bibliotecas y la actividad de preservación, promoción y conservación del patrimonio cultural tangible e intangible de la nación. Esta clasificación, realizada por la Oficina Nacional de Estadísticas, que es el organismo que centraliza y emite toda la información oficial del país, también incorpora los jardines botánicos, zoológicos y parques nacionales al entorno de las actividades de esparcimiento y recreación cultural y deportiva.

Producir las primeras aproximaciones a estos cálculos y algunas comparaciones pueden contribuir a crear conciencia de que se trata de un sector económico vital de la economía cubana, y que aún no ha sido suficientemente explorado. Si bien el PIB cubano se ha caracterizado por una alta volatilidad en toda su historia, el crecimiento mostrado desde la segunda parte del decenio de los noventa y especialmente en la década que transcurre ha estado respaldado por los cambios que se han producido en la estructura productiva del país y que han apuntado hacia el sector de los servicios, que ya alcanza el 75% del PIB. Sin embargo, al finalizar esta década, ese comportamiento pudiera estar mostrando signos de agotamiento o ralentización, por lo que el país está urgido de encontrar nuevas ramas productivas que nutran el crecimiento y contribuyan a enrumbar la senda del desarrollo.

El estimado que se realizó para el quinquenio 2001–2005 pone de manifiesto que la producción de bienes y servicios culturales, dada su jerarquía, puede incrementar su valor económico a los niveles merecidos sin menoscabo de su valor cultural. En el año 2005 se duplicaron los ingresos de 2001. Especialmente en el año 2003 se produjo un cambio de escala productiva, y en 2005 alcanzó el 4,3% del PIB, lo que hace suponer que en los años sucesivos este sector man-

tenga la capacidad para incrementar ingresos netos a la economía. En comparación con otros sectores económicos del país, la participación de este en el PIB ha ido en ascenso. Las cifras son significativas porque la cultura y el entretenimiento aportaron en esos años más que minas y canteras, electricidad, gas y agua, y más que los derechos de importación; alcanzaron tanto valor añadido como la agricultura, la caza, la silvicultura y la pesca, y se aproximaban ya al aporte del sector de la construcción, así como al financiero y el de bienes inmuebles.

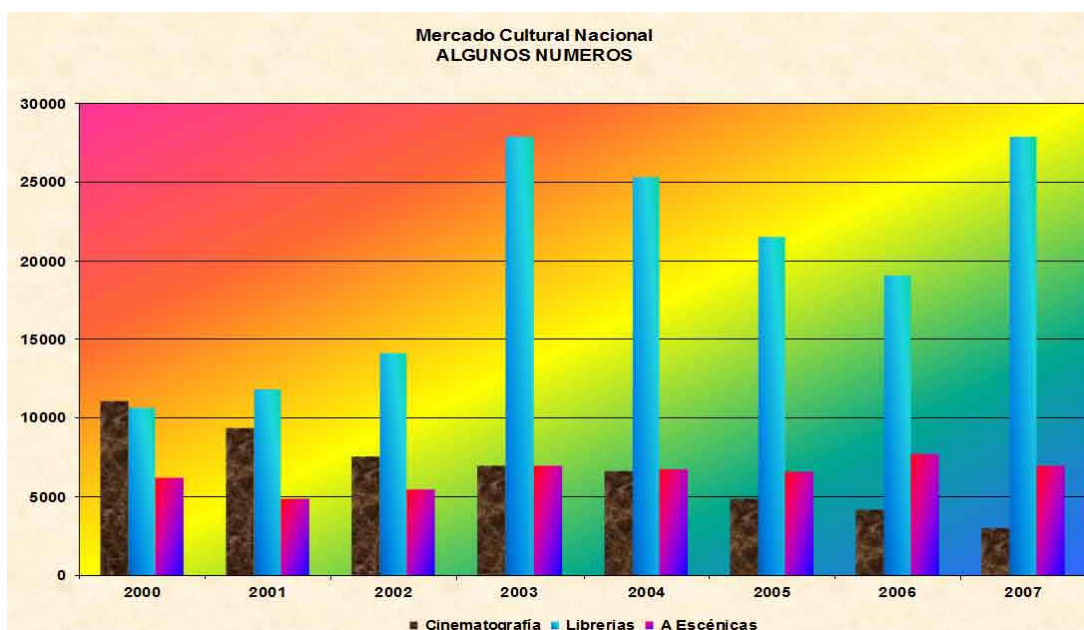


Este lugar lo ocupa la cultura a pesar de que las decisiones de política cultural imprescindibles para el cumplimiento de los derechos culturales de los ciudadanos compelen al establecimiento de precios subvencionados para favorecer la mayor adquisición de estos bienes y servicios, lo que al propio

tiempo provoca que no puedan ser reflejados superiores niveles de consumo en términos monetarios, que es la información que recoge el PIB, al ser una categoría mercantil.

Consecuente con su inversión estatal en las artes y la literatura, Cuba tiene una posición ventajosa en el contexto del continente. Durante el quinquenio sometido a análisis por el MERCOSUR CULTURAL, Argentina alcanza el 3% y Uruguay un 2.83 %. Los cinco países restantes que participan en el proyecto registran entre el uno y el dos por ciento. En el caso particular de Brasil, otras fuentes sitúan la presencia de la cultura en el PIB en el orden del 6% y ello está determinado por las fuentes del cálculo que en muchas ocasiones son estimaciones realizadas por encuestas.

importante declinación de los ingresos en el área cinematográfica, que baja aproximadamente de 11.0 millones de pesos a 3.0 en el año 2007. Aunque no está ausente en Cuba el cambio del consumo audiovisual al ámbito doméstico, no puede desconocerse que en la actualidad solo está en servicio el 64% de los cines de 35 mm y el 74% de las salas de videos. Las ventas en librerías tienen una importancia capital en los ingresos totales, y especialmente en 2003 se produjo un importante salto de escala que, salvo en el año 2006, ha mantenido su ritmo ascendente. Por su parte, los ingresos derivados de las recaudaciones en teatros y salas teatro se han mantenido en el orden de los 6.4 millones de pesos anuales, y con pocas variaciones



Según estadísticas oficiales del MINCULT,⁸ a lo largo y ancho de todo el país existe una importante red de librerías, tiendas y puntos de ventas que en 2007 ascendían a 950, además de cines, teatros y salas de video, que gestan importantes sumas de ingresos por recaudaciones y ventas tanto en CUP como en CUC. En un análisis preliminar del comportamiento de los ingresos de algunas manifestaciones artísticas, llama la atención la

a pesar de que solo el 74% de esas instalaciones está en servicio. Aunque no se ha dispuesto de información integral y sistemática sobre el mercado interno del disco, en las estadísticas oficiales emitidas por el MINCULT se aprecia una significativa y acelerada disminución de la producción musical en cassettes y una importante y lógica inclinación por la producción de discos compactos, lo que seguramente se corresponde con la capacidad

⁸ "Estadísticas Culturales, Ministerio de Cultura, Dirección de Economía, Dpto. de Planificación – Estadística, 2001, 2002, 2003, 2005, 2006 y 2007.

de compra y venta de equipos reproductores de este soporte.

El restablecimiento de los servicios culturales en las instalaciones existentes y el fortalecimiento de la oferta nacional pudieran contribuir a incrementar el consumo cultural y, consecuentemente, las dinámicas económicas de la cultura.

Sin embargo, ningún país está inmune a la crisis económica mundial

Cuando se consideraba que el mercado del arte podía mantenerse como mercado refugio en momentos de crisis, en tanto refleja valores multiplicables en el tiempo, se comienza a enfrentar la cruda realidad de que nada está inmune al impacto de la crisis más severa desde la década del 30 del siglo pasado.

En Christie's, solo se vendieron un 55% de las obras ofrecidas en ese remate de arte contemporáneo y de la postguerra. La subasta en Christie's, así como la celebrada el viernes en la casa rival, Sotheby's, eran la primera prueba de fuego del mercado del arte desde la crisis financiera que provocó el derrumbe de las bolsas.⁹

Ya desde finales del año 2007 se comenzó a apreciar una tendencia a la disminución de los precios de los lotes que se comerciaban en importantes subastas, quebrantando así la condición de "cielo seguro". Agencias de prensa informan que,¹⁰ al preguntarle sobre la incidencia de la coyuntura económica mundial en el mercado de arte, el representante de Sotheby's comentó que "aunque hay que seguir expectante a la evolución de los acontecimientos, este sector no ha sufrido una caída 'abrupta' como sí lo ha hecho el mercado bursátil", y recalcó en este sentido la importancia de los nuevos compradores de países del Este, Asia y Oriente Medio. Por su parte, la experta de Sotheby's en pintura española de los siglos XIX y XX, Marta Enrile, consideró que:

en la actualidad las transacciones 'se han polarizado' de manera que el perfil de comprador 'más discreto', es decir, aquel que adquiriría cuadros de un modo accesorio, 'se ha visto más afectado por la crisis'. Frente a esto, 'el gran coleccionista no deja de aprovechar las grandes ocasiones'.

Christie's bajó sus estimaciones "al nivel de hace tres o cuatro años", reconoció Brett Gorvy, director internacional adjunto encargado del arte contemporáneo, según declaraciones del diario *La Jornada*, del 1º de noviembre de 2008. Sin embargo, el fenómeno no solo se refiere al mercado del arte como reflejo del mercado de valores, sino que, en tanto sector económico, llega a todas las manifestaciones artísticas.

Desde el punto de vista económico, en términos generales la actividad de la cultura es procíclica, o sea, crece en momentos de bonanza y cae en momentos de contracción económica. Desde el lado de la oferta, la economía de la cultura se pudiera ver afectada por la volatilidad de los precios de los insumos importados que demanda la industria cultural (lienzos y telas de distintas calidades y características, pinturas, entre otros muchos) y el potencial encarecimiento de los procesos productivos que se hacen como importaciones y no por cadenas productivas conjuntas. Si las producciones de arte que se ofertan en la red de tiendas tanto en CUP como en CUC tienen su proceso industrial en el exterior, pudiera presentarse un encarecimiento que tendría como contrapartida una demanda de mayores recursos en moneda extranjera, lo que pudiera estar influido por las presiones inflacionarias que se pudieran desatar como consecuencia de las emisiones monetarias o por endurecimiento del mercado crediticio. Una reacción a considerar dentro de este campo es la posible aparición de dificultades para el impulso a coproducciones con participación de capital foráneo y la disminución de las donaciones y los recursos

⁹ www.portafolio.com.co

¹⁰ www.lukor.com 20/10/2008

provenientes de fundaciones. La política contractiva desatada como respuesta a la crisis tiene en la cultura importantes consecuencias debido a que la reducción de las importaciones y la contención de las inversiones en procesos productivos nacionales tienen un alto impacto en la oferta cultural.

Desde el lado de la demanda pudiera esperarse una contracción de los ingresos por venta debido a que su consumo es considerado un gasto y no una inversión. Ello significa que si las exportaciones de los bienes y servicios culturales de Cuba están dirigidos a los países que se encuentran en recesión (como son EE.UU., Reino Unido y otros de Europa), pudiera esperarse que se disminuya esa demanda. El mundo está confrontando altísimas tasas de desempleo, que en la actualidad se calcula en 35 millones de personas sin trabajo remunerado. Mientras no llegue la recuperación, la disminución de la demanda efectiva en esos países generará disminución de las importaciones. Aunque en estos momentos no están disponibles las estadísticas de ventas de artesanías tanto ornamental como utilitaria, y en la plástica, especialmente en lo que a reproducciones se refiere, cualquier ejercicio de observación participante en los mercados cubanos permite inferir el peso que este tiene en el consumo cultural del país. De la misma forma, sería útil considerar una disminución del consumo interno en CUC derivado de la anunciada contracción de las *remesas*, que ya afecta a la mayoría de los países subdesarrollados que dependen de esta renta.

También el turismo es un elemento a considerar. La relación entre la cultura y el turismo siempre es tensa e inevitable. Las presentaciones artísticas, la venta de discos, pinturas y artesanías, la ambientación de los lugares donde se desarrollan las actividades turísticas, constituyen parte de los múltiples vínculos económicos que tienen ambos sectores. Esto ha provocado que el *coeficiente de correlación* calculado entre los ingresos

estimados de la cultura y el turismo sea de 0,985153, o sea, prácticamente con las mismas tendencias. También se ha reflejado una similar estructura y concentración geográfica.

Esta relación es de suma importancia porque, según el MINTUR, el turismo aporta el 7% del PIB de la nación y el 60% de los turistas encuestados sitúan a la cultura en el primer lugar de sus motivaciones para visitar la Isla. (Figueras, 2005:171) Según el citado informe 266 museos, 61 teatros, 20 casas de la trova, 133 galerías de arte y otras instalaciones forman parte de la oferta turística del país, por lo que se encuentran vinculadas a los ingresos que genera el turismo. Esto significa que, si se produce una contracción del turismo, como consecuencia de la crisis, los ingresos que se derivan de esta industria se verán sensiblemente afectados.

El citado estudio reconoce la tendencia claramente decreciente, en los últimos 10 años, de los ingresos medios por visitante (Figueras, 2005), dado que la industria turística en Cuba tiene el sello fundamental de ocio, sol y playa, por lo que la gestación de sus ingresos está mediada por múltiples factores, muchos de los cuales son manipulados por turoperadores que no tienen entre sus prioridades la diversidad y la territorialidad del proyecto de desarrollo económico cubano.¹¹ Sin embargo, en un esfuerzo por promover políticas anticíclicas se pudieran impulsar ofertas complementarias de forma tal que se posibilite un mayor gasto por el turista. Esto puede propiciar el derrame de ingresos a distintas instancias y mecanismos del territorio donde está enclavado el polo turístico, si se desarrolla el espectro mercantil regional y, dentro de este, la oferta de bienes y servicios culturales. Un índice de ocupación medio a alto de las instalaciones turísticas en todas las provincias podría actuar como corrector de los desequilibrios regionales.

El turismo es una industria cultural con reglas particulares de funcionamiento y alto nivel de control por grupos financieros transnacionales.

¹¹ A estos efectos pueden consultarse diversos trabajos de Pedro Monreal donde aborda las características del ciclo económico del turismo.

El hecho de que el turismo sea una industria cultural crea oportunidades para el desarrollo nacional (y regional) a pesar de que su estructuración se deriva del funcionamiento de redes globales en las que el liderazgo recae en empresas transnacionales. Bajo determinadas condiciones, esa estructura, que no está diseñada para promover el desarrollo sino para asegurar la comercialización del ocio, puede ser aprovechada y activada en función del desarrollo. (Monreal y Padilla)

La cultura puede aportar al turismo valor añadido que contribuya al balance de la distribución de la renta a lo largo y ancho de todo el país, pero para ello es necesaria la articulación de una acción concertada integral desde su estrategia sectorial. Y es que en la actualidad no se ha logrado que predomine una estrategia cultural del turismo, que comience con la imagen que se vende de Cuba, para que la reservación de los turoperadores incluya las particularidades de los lugares de destino, los programas de actividades que se realizan, las opciones culturales dentro de esos programas y el entorno donde se encuentra el polo turístico. No se trata de mostrar la cultura como *performance* en los hoteles o recorridos, sino que el turista perciba que ha llegado a un país que proclama

tener a la cultura en el centro y, eje de su desarrollo.

La relevancia de la industria cultural y del mercado del arte cubano puede observarse a través de múltiples foros, donde es generalmente apreciada la fuerza de su música, la impresionante calidad de su plástica y su artesanía, así como la prolífica creación literaria, tanto de ficción como de ensayos histórico-sociales.

Si el centro del interés por la industria cultural se limita a algunas de las fuentes más obvias del intercambio comercial con el extranjero, entonces no se materializarán para el pueblo cubano los beneficios económicos derivados de la cultura. (UNCTAD, 2001)

Las conclusiones a las que arriba el informe presentado por la UNCTAD en su trabajo acerca de las industrias de la música en el Caribe tienen como sustento el importante papel que tiene el mercado interno en el ciclo económico en cualquiera de las manifestaciones artísticas, pero en condiciones de remuneración competitivas con el mercado internacional. La creación artística tiene valor cultural y valor económico y ambos pueden y están llamados a contribuir al desarrollo integral e integrado de la nación cubana.

Bibliografía

- Amaya, Cristina 2008 *Gestión de Mercadotecnia en el arte* (La Habana: Ediciones Logo y Ediciones Unión).
- Monreal, Pedro y Cristina Padilla 2005 “¿Al demonio con el paraíso?: “Repensando la cultura y el turismo en el Caribe Insular”, en *Temas* (La Habana) No. 43, julio septiembre.
- Estadísticas Culturales, Ministerio de Cultura, Dirección de Economía, Departamento de Planificación – Estadísticas, 2001, 2002, 2003, 2005, 2006 y 2007.
- Figueras, Miguel Alejandro *et al.* 2005 *Efectos y futuro del turismo en la economía cubana* (Uruguay: INIE y Universidad de Uruguay).
- García Lorenzo, Tania 2007 “La Economía de la Cultura en Cuba. Una Primera Aproximación”. Informe de Investigación (La Habana: ICIC Juan Marinello), diciembre. (Mención Anual de Investigación Cultural 2008).

- Henderson, Hazel IPS.
- Linares, Cecilia; Yisel Rivero y Pedro E. Moras 2008 *Participación y consumo cultural en Cuba* (La Habana: ICIC Juan Marinello).
- Martí, José [1884] 1965 “Maestros ambulantes” en *Obras completas* (La Habana: Editorial de Ciencias Sociales) tomo 8.
- MINCULT 2008 *Estadísticas culturales 2007*.
- ONE 2007 *Anuario estadístico de Cuba 2006*.
- Sabio, Ileana 2007 Intervención en la Reunión de Observatorios Culturales de Iberoamérica, celebrada durante el Congreso de Cultura y Desarrollo. Junio de 2007.
- Scheneider, Marcos 2005 “La sociogénesis del capital mediático a través de la música” en *Pensar a contracorriente* (La Habana: Editorial de Ciencias Sociales).
- Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación 2003 “Cuenta Satélite de la Cultura. Primeros pasos hacia su construcción en el MERCOSUR CULTURAL” (Argentina).
- Talens, Manuel 2005 “La industria de la cultura en la era de la banalización” en *La Jiribilla* (La Habana) No. 11-17, junio.
- TD (XII)/BP/4. UNCTAD Accra, Ghana, 20-25 de abril 2008.
- UNCTAD. Trabajo acerca de las industrias de la música en el Caribe. Julio de 2001.
- <www.portafolio.com.co>. acceso 20 de octubre de 2008.
- <www.lukor.com>. acceso 20 de octubre de 2008.

¹⁶ Énfasis en el original.