

Desafíos y oportunidades de las industrias culturales y creativas



*Federico Bonazzi**

*En gran medida,
el paradigma de la industria cultural es político.*

Ruth Towse

La atención de la economía hacia las actividades culturales es relativamente reciente en la historia de la disciplina. Previamente, este tipo de actividades se mantuvieron en los márgenes del análisis económico. Sin embargo, desde el último tercio del siglo XX se desarrolló esta área y, en la actualidad, los principales teóricos de las industrias del conocimiento posicionan a estas actividades no en la periferia sino en el centro de los procesos creativos y de innovación (como Trosby, 2012). El impulso de esta disciplina se debe a su impacto creciente a nivel global en puestos de trabajo y valor agregado, así como a las transformaciones recientes en las condiciones tanto de producción como de consumo de los bienes y servicios culturales y creativos. En esta nota se repasarán algunas de las particularidades, nuevas oportunidades y desafíos a los que se enfrentan estas actividades desde finales del siglo XX hasta las novedades producto de la pandemia de COVID-19.

* Economista, docente en UNPAZ y UBA, coordinador de la mesa de Economía de la Cultura de la Provincia de Buenos Aires.

La producción cultural y creativa

El foco actual en torno a las industrias culturales y creativas no se basa solamente en la particularidad de los bienes y servicios culturales como poseedores de valor cultural, sino que se identifican como actividades que tienen importantes impactos directos e indirectos en la generación de valor agregado y de puestos de trabajo.

A nivel local, según los resultados de la Cuenta Satélite de Cultura (INDEC y SInCA, 2021), en 2020 la actividad cultural generó el 2,57% del Valor Agregado Bruto (VAB)¹ de la economía² y 271.000 puestos de trabajo. Valores considerables pese a que en 2020 las actividades y el empleo cultural cayeron más que el resto de la economía (caída del 16% del VAB cultural frente a una caída del 10% del total de la economía). En Colombia, por ejemplo, el aporte es del 3% de la economía y para Reino Unido el 6%, con 2 millones de puestos de trabajo (DANE, 2021, y *Creative UK Group*, 2021).

El crecimiento de estas industrias toma impulso desde finales del siglo XX, en un contexto global donde, gracias a las mejoras en las telecomunicaciones, se incrementó el comercio no solo de productos culturales terminados sino también de los servicios culturales. La actividad cultural, entonces, no resulta ajena a fenómenos globales, como la deslocalización de los procesos productivos a escala global o la competencia con actores internacionales.³ Además, las nuevas tecnologías suponen nuevos objetos y formas del consumo cultural.

Así, las actividades culturales y creativas generan encadenamientos productivos e impactos económicos de muy variado tipo.⁴ A continuación, señalaremos algunas de ellas:

- Son actividades en donde confluyen empleos de características diversas. Por ejemplo, solamente para el desarrollo de un videojuego se requieren sonidistas, técnicos, guionistas, dibujantes, programadores, diseñadores de efectos especiales, entre otros.
- Generan encadenamientos de valor de los productos específicos. Por caso, en el sector editorial se cuenta con la fabricación de papel, la edición, la impresión, la distribución y la venta minorista que se da principalmente en espacios especializados, las librerías.
- Pero, además, implican impacto en otras actividades, por lo que son industrias en las que se puede identificar efectos directos, indirectos, inducidos y de *spillover*. En el sector audiovisual, se estima que

1 El VAB es una medida vinculada al Producto Bruto Interno (PBI o PIB), que surge de la agregación de todos los VAB de las actividades de la economía más los impuestos menos los subsidios.

2 El cálculo de VAB Cultural incluye diez sectores de las industrias culturales y creativos: libros y publicaciones, audiovisual, publicidad, diseño –incluye servicios de arquitectura–, formación cultural –incluye servicios de investigación–, patrimonio, artes plásticas –incluye servicios de fotografía–, artes escénicas y espectáculos artísticos –teatro, danza, circo y otras disciplinas artísticas–, producción y edición musical –incluye shows en vivo– y contenido digital –contempla parte de las conexiones a internet de los hogares–. No incluye a videojuegos ni a ocupaciones culturales y creativas realizadas en otras ramas de actividad.

3 Ver Basualdo y Fiorcinito (2005) para las transformaciones globales y locales en el último cuarto del siglo XX vinculadas con la recomposición de la tasa de ganancia, que conduce a las políticas neoliberales que implican mayor grado de apertura y desregulación de mercados comerciales y financieros.

4 Molina, M.; Fernández Massi, M.; Guaita, N. y Bertin, P. (2021) realizan un estudio de encadenamientos productivos para la estructura económica argentina. Allí se identifica al sector editorial y al de comunicaciones dentro de los altamente integrados productivamente, con encadenamientos hacia atrás y hacia adelante.

cada peso invertido tiene un efecto multiplicador para el total de la economía de 1,9 y valor similar en los puestos de trabajo. Se suma la particularidad de la variedad de los sectores involucrados que incluye: servicios profesionales (traductores/contadores), gastronomía, hotelería, seguridad, transporte, salud, indumentaria y diseño, y un impacto relevante en el turismo⁵ (Olsberg, 2020).

La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) (2018) reconoce a las industrias creativas como un sector clave en la actualidad y los años venideros. Esto se debe no solo al alto crecimiento sostenido que muestran en el nuevo siglo, especialmente en el comercio internacional de bienes –en torno al 7% anual– y servicios –en donde Argentina se encuentra en los primeros exportadores de servicios audiovisuales–, sino también con el rol y las oportunidades de inversión que tendrá en los años próximos. Aquí se pueden identificar los siguientes aspectos claves para las industrias creativas:

- las nuevas tecnologías suponen una caída de las barreras de transmisión de las ideas y la posibilidad de contratar servicios creativos;
- migración de bienes creativos a servicios creativos y, en tal aspecto, abaratamiento de los costos;
- cambio en los hábitos de consumo que implican más tiempo frente a pantallas (desde la mera migración de la práctica cultural como el diario de papel al *online* hasta la generación de nuevos hábitos que compiten con otras prácticas como ver transmisiones de videojuegos en lugar de asistir a eventos deportivos);
- nuevas experiencias y tecnologías que implican el desarrollo de realidad virtual, realidad aumentada e inteligencia artificial;
- nuevas formas de comunicación de la información.

La pandemia de COVID-19, si bien supuso un impacto mayor para el sector en su conjunto,⁶ incrementó internacionalmente la migración hacia el uso de nuevas tecnologías, por lo que el aumento acelerado de la demanda (especialmente *streaming* audiovisual y uso de videojuegos) supone años en los que, se prevé, existirán oportunidades de inversión en esas áreas (*The Economist*, 31/07/2021).

Estos cambios tecnológicos potencian otros cambios sociales y ubican a las industrias creativas como una oportunidad de desarrollo: desde un ingeniero de sonido radicado en Lomas de Zamora que ahora pue-

5 En este caso, el impacto directo refiere al empleo y producción del sector cinematográfico, comprendiendo todas las fases de la producción cinematográfica (preproducción, producción y postproducción), así como la distribución y la exhibición. El impacto indirecto, al empleo y producción fuera de la cadena de valor del sector cinematográfico, como consecuencia de la adquisición de bienes y servicios de proveedores de sectores diversos se benefician indirectamente de las inversiones y del gasto de las producciones. El impacto inducido al Empleo y PIB que se genera gracias al consumo de bienes y servicios que realizan los empleados de los sectores que se benefician (en general ingresos medios y altos) directa o indirectamente de las inversiones y gastos de las producciones. Y, por último, pero en algunos casos el de mayor relevancia, el impacto “*spillover*” que contempla los efectos adicionales resultantes de la producción de cine, como el desarrollo del capital humano, el turismo por la atracción de visitantes a las localizaciones, el desarrollo cultural y en el posicionamiento de un territorio.

6 El impacto de la pandemia, así como en el ya mencionado caso argentino, también fue muy fuerte en las industrias culturales y creativas. Se estima que, a nivel global, la producción del sector cayó en 750.000 millones de dólares y se perdieron 10 millones de puestos de trabajo culturales y creativos (UNESCO, 2021).

de ser contratado por una empresa de desarrollo de videojuegos de Estonia, hasta el diseñador radicado en San Martín que puede ser contratado por el emprendimiento gastronómico de la misma localidad que incorpora las redes sociales como canal de comunicación y venta. En contraposición, presenta desafíos en torno a la concentración de contenidos y flujos (culturales y económicos) a nivel global.

Las nuevas oportunidades y desafíos conllevan acciones de políticas públicas necesarias para potenciar los primeros y mitigar los efectos de los segundos.

Fundamentos de la intervención pública en la producción cultural

La importancia de las actividades culturales como traccionadoras de empleo y articuladoras de variadas actividades económicas lleva internacionalmente a que en los distintos niveles de Estado se adopten políticas públicas activas para el fomento de la producción cultural (subsidios, créditos, áreas económicas especiales, devolución de inversión, normativas especiales, etc.). Por caso, en la industria audiovisual en la Argentina existen organismos específicos (pero no los únicos) que tratan la actividad: a nivel nacional existe el INCAA y algunos de los Estados provinciales adoptaron *Film Comissions*. Esto se debe a que los montos globales de inversión de la producción audiovisual se han incrementado fuertemente en los últimos años y las distintas jurisdicciones compiten para atraer estas inversiones.

Además, los bienes y productos culturales presentan algunas particularidades que requieren intervención pública. Entre otras, podemos mencionar:

- El aprendizaje que generan estas actividades es transmisible a sujetos que no consumen estos productos; esto es, poseen externalidades positivas que muchas veces no son incorporadas en los mismos precios de los productos.
- También poseen un comportamiento como bienes públicos⁷ o semipúblicos (la radio, ¿internet?) que pueden conformar monopolios naturales y, por lo tanto, implican la necesidad de regulación (ver Pérez Bustamante y Yábar Sterling, 2010).
- Además, existe un fenómeno que Bowen y Baumol en 1966 denominaron “enfermedad de costos” en el arte. Descubren que el costo de producción de los bienes y servicios culturales aumentan con el paso del tiempo por sus propias características de producción (tienen un componente humano irreductible). La consecuencia de ello, según los autores, es la necesidad de intervenir en estos mercados por parte del Estado (caso contrario, la actividad pierde su calidad, pervive solo como *hobby* o directamente desaparece). El estudio no solo es clave porque fue fundacional de la economía de la cultura, sino también por sus recomendaciones de políticas públicas y porque, posteriormente, los autores extienden el análisis a otros servicios personales como la educación y la medicina (Baumol y Oates, 1972).

⁷ Un bien público es aquel para el cual el consumo de un individuo no disminuye el consumo de otro (no rival), y que no se puede excluir a un individuo de consumirlo (no excluyente). Por estas características suelen ser provistos o regulados por el Estado. El ejemplo típico es el servicio de defensa militar.

De esta forma, el accionar estatal en políticas públicas para las industrias culturales y creativas se presenta como necesario frente a la propia naturaleza económica de los bienes y servicios culturales, a la vez que el contexto local y global infiere a tales acciones una mayor urgencia.

Bibliografía

- Basualdo, V. y Forcinito, K. (2005). Introducción general. En V. Basualdo y K. Forcinito (coords.), *Transformaciones recientes en la economía argentina. Tendencias y perspectivas*. Buenos Aires: Prometeo.
- Baumol, W. J. y Oates, W. E. (1972). La enfermedad de costes de los servicios personales y la calidad de vida. *Skandinaviska Enskilda Baken Quarterly Review*, 2, 44-54. [Traducción de Casahuga Vinarell, Antonio].
- DANE (2020), *Cuenta Satélite de Cultura y Economía Naranja de Colombia*.
- INDEC y SInCA (2021), Cuenta satélite de cultura. Valor agregado bruto, comercio exterior, puestos de trabajo, generación del ingreso y consumo privado cultural. Año 2020. *Informes técnicos*, 5(147).
- Molina, M.; Fernández Massi, M.; Guaita, N. y Bertin, P. (2021). La estructura productiva nacional: un análisis de los encadenamientos y multiplicadores sobre la base de la matriz insumo-producto de 2015. *Documentos de Trabajo del CEP XXI* N° 8, septiembre de 2021, Centro de Estudios para la Producción XXI - Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación.
- Olsberg (2020). *Global Screen Production and COVID-19 Economic Recovery*.
- Creative UK Group (2021). *The UK Creative Economics. Unleashing the power and potential of creativity*. Oxford Economics.
- Pérez Bustamante, D. C. y Yábar Sterling, A. (2010). El valor económico de los bienes culturales y ambientales. Cultura, desarrollo y sostenibilidad. *Observatorio Medioambiental*, 13, 41-63.
- The Economist (31/07/2021). El nuevo tanque de Netflix: la estrella del streaming apuesta a los videojuegos. Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/economia/negocios/el-nuevo-tanque-de-netflix-la-estrella-del-streaming-apuesta-a-los-videojuegos-nid31072021/>
- Throsby, D. (2012). Cultura, economía y desarrollo sustentable. En M. Aninat Sahli (Dir.), *Cultura y economía I* (55-62). Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- Towse (2012), ¿Cuánto vale la cultura? La contribución de las industrias creativas a la economía. En M. Aninat Sahli (Dir.), *Cultura y economía I* (pp.63-72). Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.
- UNCTAD (2018). *Creative Economy Outlook and Country Profile report*.
- UNESCO (2021). *Las industrias culturales y creativas frente a la COVID-19*.