

pe para entender

La economía del arte

Las opiniones expresadas
en esta obra son responsabilidad
del autor y no representan
necesariamente la ideología
de la editorial.

para entender
La economía del arte
Cristina Rascón Castro

Dirección: Mauricio Volpi
Dirección editorial: Andrea Fuentes Silva
Editor de la colección: Alejandro Cruz Atienza
Revisión y notas: Kenya Bello
Línea gráfica / Diseño de la colección: Taller de Comunicación Gráfica
Jefa de diseño: Sandra Ferrer Alarcón
Formación: Lucero Vázquez Téllez
Corrección: Emiliano Becerril Silva

Primera edición: Nostra Ediciones, 2009

D.R. © Nostra Ediciones S. A. de C. V., 2009
Alberto Zamora 64, Col. Villa Coyoacán,
04000, México, D.F.

Textos © Cristina Rascón Castro

ISBN: 978-607-7603-33-7 Nostra Ediciones

Impreso en China

Prohibida su reproducción por cualquier medio mecánico
o electrónico existente o por existir sin la autorización escrita
del editor o titular de los derechos.

pe para entender

La economía del arte

Cristina Rascón Castro

pe debates de actualidad

NOS
TRA
EDICIONES

México | España

*Tengo un concepto muy elevado y apasionado de lo que es el arte.
Muy elevado como para someterlo a cualquier cosa.
Y demasiado apasionado como para acceder a divorciarlo de cualquier cosa.*

ALBERT CAMUS, Carnets, 1945-1951

Índice

1. ¿Qué es la economía del arte?	11
1.1 ¿De qué trata la economía del arte?	11
1.2 ¿Qué es arte para un economista?	12
1.3 ¿Economía del arte, economía cultural, economía de la cultura o economía creativa?	13
1.4 ¿Por qué es importante el arte en la economía?	16
1.5 Principales pensadores	17
2. Oferta y demanda por el arte	23
2.1 ¿Qué es una obra de arte?	23
2.1.1 El arte como bien económico	23
2.1.2 Las industrias y productos culturales	27
2.2 ¿Quién es un artista?	28
2.2.1 ¿Cómo toma decisiones económicas un artista?	29
2.2.2 Peculiaridades y determinantes de la oferta en el arte	33
2.3 ¿Quién consume arte?	35
2.3.1 ¿Cómo toma decisiones económicas el consumidor de arte?	35
2.3.2 ¿Es el arte una compra de lujo?	36
2.3.3 Peculiaridades y determinantes de la demanda por el arte	37
2.4 ¿Equilibrio económico en el arte?	40
2.4.1 ¿Por qué los artistas dicen que "no ganan lo que deberían"?	41
2.4.2 ¿Por qué al consumidor le parece caro el pago por la cultura y las bellas artes?	42
2.4.3 Fallos del mercado	43
2.5 ¿Quién debe invertir en la producción artística y el patrimonio cultural?	44
2.5.1 El rol del Estado	45
2.5.2 Organismos internacionales	47
2.5.3 Otros agentes de intervención	48
3. La economía del arte por disciplina	51
3.1 Pintura, escultura y artes visuales	51
3.1.1 El artista	51
3.1.2 El espectador y el coleccionista	51
3.1.3 El precio de una obra de arte	52
3.1.4 Dinámica económica del museo de arte	53
3.2 Los espectáculos (danza, teatro, ópera, conciertos de música y manifestaciones escénicas)	54
3.2.1 Los intérpretes y las compañías productoras	54
3.2.2 Festivales y exposiciones especiales	54
3.3 La literatura y la música	56
3.3.1 Escritores, dramaturgos y compositores	56
3.3.2 Editores y productores	56

3.3.3 Libros, discos y productos similares	56
3.3.4 Los lectores	57
3.3.5 El precio único	58
3.4 La arquitectura	63
3.5 El cine	64
3.6 Economía de los derechos de autor	65
3.6.1 El plagio y las falsificaciones	66
4. ¿Para qué sirve la economía del arte?	69
4.1 El análisis econométrico	69
4.2 Métodos de valoración contingente (MVC)	71
4.3 Índices ponderados	72
4.4 Aplicaciones prácticas de la economía del arte	73
5. Glosario	77
6. Bibliografía	87

1. ¿Qué es la economía del arte?

1.1 ¿De qué trata la economía del arte?

¿Arte y economía?, ¿dialéctica o pugna perpetua? Los economistas no pretenden sustituir las ideas de sociólogos, historiadores del arte, promotores culturales o artistas. Tampoco pretenden responder las preguntas que otras disciplinas formulan acerca de la naturaleza intrínseca del arte, la temática económica de una novela o el posible discurso político de un artista. Aunque puede tocar temas que coinciden con los intereses de gestores culturales, el economista no pretende diseñar modelos de gestión y administración de proyectos de arte y cultura.

La economía del arte genera preguntas específicas sobre la dinámica económica en la cual se mueven los artistas y sus obras: ¿por qué un artista suele escoger el pluriempleo en vez de un salario estable?, ¿funciona o no la libre competencia en el mercado de los libros?, ¿debe ser subsidiado o no un museo de arte?, ¿es una obra de arte un bien público o privado?, ¿deben pagarse derechos de autor al reproducir leyendas indígenas para su difusión?, ¿es el nivel de ingresos relevante para quien demanda actividades artísticas?, ¿es conveniente que el gobierno otorgue becas de manutención a artistas jóvenes desconocidos, a artistas consagrados o a ninguno?

La economía del arte no se reduce a la cuantificación monetaria del costo de producir una película, al análisis financiero de la rentabilidad de un proyecto cultural o a la construcción de un índice de precios de pinturas o discografía. Los economistas del arte abren la puerta a conceptos (no siempre cuantitativos) que puedan explicar, utilizando el método neoclásico de elecciones racionales, el comportamiento de los agentes involucrados en la creación, recepción e intercambio de obras de arte. Incluyen manifestaciones artísticas típicas de la cultura, por lo que los conceptos de patrimonio y diversidad cultural también están presentes en los análisis de economía del arte.

Es una disciplina de diálogo multidisciplinario: contradice a economistas y a estudiosos de las artes, asiente ante economistas y estudiosos de las artes, los sienta en una misma mesa y analiza el mundo del arte con visión conjunta y métodos económicos.

Aportaciones de la mirada económica sobre el arte

Interrogantes y métodos

Alcances multidisciplinarios

La *economía del arte* es una subdisciplina de la economía moderna que identifica y analiza el comportamiento de productores y consumidores de obras y de manifestaciones artísticas, tomando en cuenta tanto valores económicos como valores culturales.

El objeto de estudio de la economía del arte es el comportamiento del ser humano: un comportamiento observado a posteriori. No cuestiona cómo se genera el proceso creativo de un artista ni por qué escoge un color o estilo narrativo en vez de otro, sino cómo toma decisiones económicas y quien consume su obra. Analiza también el comportamiento de las industrias y del Estado en cuestiones relacionadas con arte y cultura, así como el comportamiento general del mercado en el arte. Pero no se trata de un mercado puramente pecuniario: hay un mercado de toma de decisiones y el economista quiere develar sus incentivos, restricciones y efectos.

El objetivo de la *economía del arte* es analizar la toma de decisiones económicas en el mundo del arte y la cultura.

Este libro engloba de una forma simple y expositiva las principales ideas surgidas dentro de esta subdisciplina y sus aplicaciones en políticas públicas culturales. Introduce sugerencias de conceptos, análisis o políticas públicas con el fin de incentivar futuras investigaciones y prácticas en esta área.

1.2 ¿Qué es arte para un economista?

Un economista no dice ni pretende definir qué es *arte*. Siguiendo a Bruno Frey, economista suizo líder en el área del arte, en esta disciplina “arte es lo que cada individuo piensa que es arte”. En otras palabras, aunque puede decirse que para determinado coleccionista una obra de Frida Kahlo no tiene un bien sustituto —es decir, o compra ese cuadro o no compra ninguno—, un economista no puede juzgar si se trata de “la mejor obra de todos los tiempos” o si un cuadro es “bueno o malo”, en el sentido en que podría decirlo un historiador del arte, un crítico o un artista. El economista tampoco toma como medida de valor artístico el precio de un objeto de arte o el salario de un artista; esto es, no considera que una escultura sea *mejor* entre más alto sea su precio o más altas sus ventas.

Más aún: la economía del arte no establece diferencias entre arte de élite o arte popular. Si un individuo dice que hacer un huipil es arte, sus decisiones del tiempo que invertirá para crear huipiles coincidirán con las decisiones de quien piense que componer una sonata para piano es arte. Muy probablemente ambos preferirán asignar la mayor parte de su tiempo a crear arte (*su arte*) que a trabajar en un empleo administrativo en donde pudieran generar ingresos más altos, sobre todo si el individuo tiene sus necesidades básicas cubiertas, por citar un ejemplo.

Para los economistas, el concepto que la gente tiene del arte se transforma a lo largo del tiempo; es un concepto dinámico, por lo que cambian constantemente las valoraciones. A diferencia de la mayoría de los bienes del mercado, el paso del tiempo afecta radicalmente las ganancias, incentivos y restricciones del artista, así como los gustos y preferencias del consumidor. Es por ello que el tiempo tiene un efecto clave en el posicionamiento de las obras de arte y la determinación de sus precios.

Factor tiempo

Para un economista, *arte es lo que cada individuo piensa que es arte.*

1.3 ¿Economía del arte, economía cultural, economía de la cultura o economía creativa?

Los términos *economía del arte* y *economía cultural* se utilizaron indistintamente en la literatura económica a finales del siglo XX, cuando el arte y la cultura se iniciaban como áreas de investigación económicas. Asimismo, a comienzos del siglo XXI, se acuñó el término *economía creativa* para referirse a la misma esfera temática pero centrándose más en el carácter industrial y empresarial de las artes y la cultura, con decidido enfoque a sus aplicaciones en la política pública.

Enfoques y definiciones

Economía del arte

Se refiere a las aplicaciones del llamado *método de elecciones racionales*, o neoclásico, al mundo del arte. Este método supone que todo individuo es un agente de acción y que es egoísta y racional. Esto es, que los individuos *a)* buscan su propia satisfacción antes que otra cosa, limitándose sólo por sus propias restricciones, y *b)* sus decisiones son coherentes y similares ante situaciones parecidas. Estos supuestos

Teoría neoclásica

se analizan en la toma de decisiones de los agentes en el mundo de las bellas artes, los espectáculos y otras manifestaciones artísticas.

Este fue el primer término en el léxico económico para referirse a los dilemas del mundo del arte y la cultura. En la actualidad pueden llegar a usarse como sinónimos los términos *economía del arte*, *economía de la cultura* o *economía cultural*, pero estas últimas acepciones son más amplias, como se ve a continuación.

Economía cultural o economía de la cultura

Definamos primero, siguiendo al economista australiano David Throsby, el término *cultura* bajo dos interpretaciones:

- 1) Disciplinas como la antropología y la sociología nos dicen que la *cultura* es un conjunto de actitudes, creencias, convenciones, costumbres, valores y prácticas compartidos por un grupo social. Esta interpretación nos sirve, por ejemplo, para analizar los efectos de factores culturales propios de los mexicanos en los resultados económicos de determinada política macroeconómica a diferencia de los efectos de la cultura rusa en los resultados de la aplicación de la misma política. Pero este tipo de análisis pertenece más bien a la *economía institucional*. Para el área de análisis que nos incumbe en este libro, se toma en cuenta esta interpretación de cultura preferentemente en el diseño de políticas públicas, pero escasamente en análisis con el método de elecciones racionales.
- 2) Bajo un enfoque más funcional, *cultura* se refiere a todas las actividades relacionadas con aspectos intelectuales, morales y artísticos de la vida humana, donde se genera y adquiere valor cultural, valor simbólico y crecimiento en cuanto a ilustración y educación. Pueden ser actividades de creación individual o empresarial. Esta interpretación está detrás de los términos *bien cultural*, *industrias culturales*, *sector cultural de la economía* y *economía creativa*. Para cuestiones del enfoque neoclásico se utiliza generalmente esta definición de cultura.

Aunque suelen utilizarse de manera indistinta, si somos estrictos en las acepciones, la *economía cultural* se refiere más bien a la primera interpretación del término cultura y *economía de la cultura* a la segunda interpretación.

La definición actual de *economía cultural* o *economía de la cultura* es, según el *Journal of Cultural Economics*: la aplicación del análisis económico a todas las artes creativas, al patrimonio cultural y a las industrias culturales, sean del sector público o privado. Analiza la organización económica del sector cultural y el comportamiento de los productores, consumidores y gobiernos en este sector. El tema incluye distintos enfoques, tradicionales y radicales, neoclásico, institucional, de bienestar y de políticas públicas.

Consensos

Economía creativa

El término *economía creativa* es el más reciente, pero no es una disciplina científica o de investigación, sino una clasificación industrial de Naciones Unidas (ONU) para las actividades y producciones relacionadas con las bellas artes, el patrimonio y las manifestaciones culturales. La economía creativa es un concepto basado en los activos creativos como generadores potenciales de crecimiento económico y desarrollo. Abarca aspectos sociales, culturales y económicos que interactúan con tecnología, propiedad intelectual y objetivos turísticos. Son actividades económicas basadas en el conocimiento (como el diseño, arquitectura, publicidad y servicios creativos digitales, entre otros).

Industria y desarrollo

Para efectos de este libro, englobaremos todas las acepciones en una sola; es decir, todas las características enlistadas para la economía del arte, la economía cultural, la economía de la cultura y la economía creativa serán incluidas en el término *economía del arte*.

Definición amplia

Cuadro 1. Distintas acepciones del término economía del arte

Economía del arte			
Economía del arte	Economía cultural	Economía de la cultura	Economía creativa
Subdisciplina de la economía	Subdisciplina de la economía	Subdisciplina de la economía	Clasificación industrial
Análisis del mundo del arte por medio del método de elecciones racionales	Análisis del mundo del arte por medio del método de elecciones racionales	Análisis del mundo del arte por medio del método de elecciones racionales	Agrupación de actividades relacionadas con la producción y distribución de obras de arte

Retos de la economía del arte

Las grandes tendencias que pueden vislumbrarse en el área de la economía del arte en el siglo XXI son:

- El desarrollo de estudios económicos en el mundo del arte para países de bajo y medio desarrollo económico.
- El desarrollo de estudios económicos enfatizando el efecto de la integración de los distintos grupos sociales, económicos y culturales de una región.
- El estudio del empleo de nuevas tecnologías dentro de los procesos de creación, estudio y difusión de la cultura.
- El estudio de las dinámicas de la participación creciente de la sociedad civil en las acciones culturales.
- El estudio del intercambio económico de objetos de arte entre distintos países.
- La integración de las poblaciones migrantes en la producción y recepción de obras de arte en los países analizados.
- El análisis de la viabilidad de proyectos artísticos y culturales autosustentables en contraste con la necesidad de subsidios según los casos analizados.
- Consideración de las manifestaciones artísticas y culturales como generadoras de renta, empleos y externalidades económicas positivas, y por tanto merecedoras de esquemas de financiamiento específicos a su naturaleza, así como promoción en los mercados domésticos y de exportación.
- Intensificación de elaboración de bases de datos e indicadores culturales, así como del uso de herramientas de estadística y economía para diagnóstico y evaluación de las actividades artísticas y culturales.
- El estudio del impacto de las actividades culturales y artísticas en el desarrollo social y económico de los pueblos, ya sea por su contribución al crecimiento económico, por su multiplicación de la creatividad en otros rubros o por su transformación de tecnologías y de dinámicas sociales.