



ITESO, Universidad
Jesuita de Guadalajara

ONCE MIRADAS ECONÓMICAS A LA CULTURA



FRANCISCO JAVIER NÚÑEZ DE LA PEÑA

ONCE MIRADAS
ECONÓMICAS
A LA CULTURA





ONCE MIRADAS
ECONÓMICAS
A LA CULTURA

FRANCISCO JAVIER NÚÑEZ DE LA PEÑA

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE OCCIDENTE, AC
Biblioteca Dr. Jorge Villalobos Padilla, S.J.

Núñez de la Peña, Francisco Javier (autor)

Once miradas económicas a la cultura / F.J. Núñez de la Peña. --
Guadalajara, México : ITESO, 2022.

ISBN 978-607-8768-81-3

1. Artistas - Condiciones Económicas. 2. Industria Cultural - Aspectos Económicos - Tema Principal. 3. Consumo y Oferta Cultural - Aspectos Económicos. 4. Política Cultural. 5. Arte - Aspectos Económicos. 6. Gestión Cultural - Aspectos Económicos. 7. Cultura - Aspectos Económicos - Tema Principal. 8. Economía. 9. Sociología de la Cultura. I. t.

[LC]

306. 4 [Dewey]

Diseño original: Danilo Design

Diseño de portada: Ricardo Romo

Diagramación: Alicia Cynthia Castañeda Hernández

Queda prohibida la reproducción parcial o total, directa o indirecta del contenido de la presente obra, sin contar previamente con la autorización expresa y por escrito de los editores, en términos de la Ley Federal del Derecho de Autor y, en su caso, de los tratados internacionales aplicables.

1a. edición, Guadalajara, 2022.

DR © Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO)

Periférico Sur Manuel Gómez Morín 8585, Col. ITESO
Tlaquepaque, Jalisco, México, CP 45604
publicaciones.iteso.mx

ISBN 978-607-8768-81-3

Conversión ePub: Lápiz Blanco S.A.S.

Hecho en Colombia
Made in Colombia

En memoria de
Fernando Solana (m. 2017)
Hugo Dorsey (m. 2018)
Philippe Scheuer (m. 2019)
Cristina Romo (m. 2019)
Leonor Ahuja (m. 2021)
Hermann von Bertrab (m. 2022)

Para
quienes tuvieron que cursar Economía y Cultura (2014-
2021).
Gabriel Zaid, quien desde 1970 ha influido en mi manera
de ver el mundo.

Alejandra Martín, quien, sin proponérselo, me ahorró tiempo para destinarlo a este libro.



Cartel en la puerta del Club de jazz Café Central, en Madrid, España.

—Dejadme que os diga que yo he sido siempre una actriz de raza y que ojalá pudiera seguir dedicándome al teatro serio, al auténtico: el de los grandes dramaturgos y las audiencias refinadas y entendidas. Pero hoy en día —agregó chasqueando la lengua— eso da poco dinero porque el público es el que es.

—Lo que la inmensa mayoría de ese público busca no es arte soberbio, sino purito entretenimiento: funciones que les permitan pasar un buen rato, que los saquen del cansancio y los problemas de todos los días y después les hagan volver a casa con una sonrisa bien plantada en mitad de la cara para echarse a la cama a dormir. You know what I mean, right?

MARÍA DUEÑAS. *LAS HIJAS DEL CAPITÁN.*

¿Con qué frecuencia salía una novela buena e importante en Noruega? Una vez cada diez o veinte años. La última buena novela noruega fue Fuego y llamas [...] y salió en 1980, es decir, hace veinticinco años. La última buena anterior a ésta fue Los pájaros [...] que se publicó en 1957, es decir, hace otros veintitrés años. ¿Cuántas novelas noruegas se publicaron entre estas dos? ¡Miles! ¡Sí, sí, decenas de miles! Unas cuantas buenas, algunas mediocres, la mayoría flojas. Así es, nada espectacular, todo el mundo lo sabe.

KARL OVE KNAUSGÅRD. *UN HOMBRE ENAMORADO: MI LUCHA*, TOMO 2.

Los templos [...] son los museos en que se guarda aún, en las imágenes de los bienaventurados, en las fojas inmortales del cristianismo, la historia de las bellas artes mexicanas [...]

GUILLERMO PRIETO. *VIDA COTIDIANA Y CRÓNICAS VIAJERAS.*

The challenge is to rewrite the agendas for our museums so that art can begin to serve the needs of psychology as effectively as, for centuries, it has served those of theology. Curators should dare to reinvent their spaces so that they can be more than dead libraries for the creations of the past. [...] Museums must be more than places for displaying beautiful objects. They should be places that use beautiful objects in order to try to make us good and wise. Only then will museums be able

to claim that they have properly fulfilled the noble but still elusive ambition of becoming our new churches.

ALAIN DE BOTTON. *RELIGION FOR ATHEISTS: A NON-BELIEVER'S GUIDE TO THE USES OF RELIGION.*

Índice

INTRODUCCIÓN

EL ÁREA DE CONOCIMIENTO

TRAVESÍA PERSONAL

PARTE I

1. LAS CUENTAS DEL SECTOR

2. VALOR, CONSUMO Y PRODUCCIÓN

VALOR AGREGADO

VALOR PARA LOS CONSUMIDORES

CONSUMIDORES: PATRONOS Y JUECES

PRECIOS E INGRESOS

COSTOS DE PRODUCCIÓN

OFERTA

3. ARTISTAS Y OTROS TRABAJADORES

LOS INGRESOS DE LOS ARTISTAS

OCUPACIONES

MERCADOS DE ARTISTAS EN VARIOS PAÍSES

ESTADOS UNIDOS

AUSTRALIA

HOLANDA

BRASIL

MÉXICO

PARTE II

4. RADIODIFUSIÓN

LA AUDIENCIA

RASGOS ECONÓMICOS DE LA INDUSTRIA

EMPRESAS GRANDES

AVANCES TECNOLÓGICOS Y MODELOS DE NEGOCIO

PROGRAMAS

REGULACIÓN POR EL ESTADO

RADIODIFUSIÓN DE SERVICIO PÚBLICO

COMENTARIO FINAL

5. INDUSTRIA DEL SONIDO

CONSUMIDORES: OYENTES Y COMPRADORES

RASGOS ECONÓMICOS DE LA INDUSTRIA

AVANCES TECNOLÓGICOS Y MODELOS DE NEGOCIO

6. CINE

ASISTENCIA

RASGOS ECONÓMICOS DE LA INDUSTRIA

COMPLEJIDAD

INCERTIDUMBRE

CONCENTRACIÓN

INTERVENCIÓN GUBERNAMENTAL

7. INDUSTRIA EDITORIAL

LECTORES O COMPRADORES

RASGOS ECONÓMICOS DE LA INDUSTRIA

INCERTIDUMBRE, VARIEDAD INFINITA...

EDITORES, AGENTES Y AUTORES

FUSIONES

DIGITALIZACIÓN E INTERNET

INTERVENCIÓN DEL GOBIERNO

LEGISLACIÓN

POLÍTICA CULTURAL

APÉNDICE: ARTÍCULOS ACERCA DE LOS LIBROS Y LA INDUSTRIA

EDITORIAL PUBLICADOS EN JOURNAL OF CULTURAL ECONOMICS

8. MUSEOS Y PATRIMONIO

VISITANTES O ASISTENTES

RASGOS ECONÓMICOS DE LOS MUSEOS Y EL PATRIMONIO

MUSEOS

PATRIMONIO

EFICIENCIA DE LAS ORGANIZACIONES

TECNOLOGÍAS DIGITALES

9. ARTES ESCÉNICAS

PÚBLICOS O AUDIENCIAS

RESULTADOS DE UNA ENCUESTA NACIONAL (2019)

JALISCO (2010)

CIUDAD DE MÉXICO (2009)

RASGOS ECONÓMICOS DE LAS ARTES ESCÉNICAS

ORQUESTAS

ÓPERA

DANZA

TEATRO

10. ARTES VISUALES Y PLÁSTICAS

COMPRADORES O COLECCIONISTAS

EL MERCADO DEL ARTE

PARTE III

11. POLÍTICA CULTURAL

PRINCIPIOS, INSTITUCIONES Y PROGRAMAS EN MÉXICO

MIRADAS ECONÓMICAS A LA POLÍTICA CULTURAL

CONTROVERSIAS ENTRE ECONOMISTAS

ECONOMÍA Y POLÍTICA CULTURAL

REFERENCIAS

Introducción

Este es un libro de nivel introductorio destinado principalmente a los estudiantes y los profesionales de la gestión cultural.¹ Es una síntesis personal acerca de un tema en el que hay poca investigación económica en México. Es una mirada económica del mercado de los bienes y servicios culturales. No tiene el propósito de exponer teorías y conceptos económicos. Si los lectores descubren la relevancia del lado económico del sector cultura posiblemente tendrán menos resistencia o más interés en conocer conceptos, teorías y evidencias acerca del funcionamiento de los mercados y la política cultural. Además, tal vez se darán cuenta de que, para comprender mejor este sector, se requieren, entre otras miradas, la económica.

Esta obra tiene 11 capítulos distribuidos en tres partes. En la primera se incluyen tres capítulos: uno se refiere a la medición económica del sector cultura en México; el segundo aclara algunos conceptos económicos básicos (producción, consumo y valor), y el tercero trata de las ocupaciones en el sector cultura. La segunda parte contiene siete capítulos, en los que se describen las características económicas de algunas actividades que han

sido estudiadas por los economistas de la cultura. El tema de la última parte es la política cultural.

La economista escocesa Gillian Doyle (2010), presidenta de 2008 a 2010 de la Association for Cultural Economics International, en un discurso ante sus colegas dijo:

La economía es una disciplina en el centro de la cual los métodos cuantitativos normalmente tienen mucha fuerza, pero, por otro lado, el ámbito de las artes y la cultura puede verse como efímero, poroso y en muchos aspectos no fácilmente sujeto a la “intrusión” del análisis científico. Sin embargo, el campo de la economía cultural está prosperando, y el apetito entre los usuarios finales potenciales por la investigación económica en las industrias culturales y creativas es más fuerte hoy [...] Curiosamente, la cultura parece atraer y resistir el análisis económico.

Según la Cuenta Satélite de la Cultura de México, la participación del sector cultura en el producto interno bruto (PIB) total en 2008-2019 ha variado entre 3.1% y 4.0%.

A lo largo del libro presentamos información estadística con el propósito de describir algunos aspectos del sector cultural mexicano. Las cifras de 2020 y 2021 seguramente reflejarán los efectos de la pandemia por coronavirus. Los lectores interesados lo podrán constatar con la información actualizada disponible en Internet. La Cuenta Satélite de la Cultura de México suele publicarse en noviembre de cada año.

EL ÁREA DE CONOCIMIENTO

La economía de la cultura, como campo de estudio, nació en la segunda mitad del siglo xx. En la introducción de *Performing arts —the economic dilemma: a study of problems common to theater, opera, music and dance*, de William J. Baumol y William G. Bowen (1966), obra hoy considerada precursora, August Heckscher afirmó: “Su originalidad —y su importancia principal— residen en la forma en que demuestra que la brecha entre los ingresos y los costos está destinada a crecer con el paso de los años venideros. No es solo que las artes escénicas en vivo no sean autosuficientes, sino que [...] tendrán déficits de tamaño creciente”.

Varios años después, Baumol (1983) recordó:

Alrededor de 1960 el Twentieth Century Fund y John D. Rockefeller III habían decidido que el momento era propicio para un estudio sistemático de ese tema. Al preguntar se les habló de un economista de Princeton conocedor de las artes y la economía. La persona que me los había encaminado [...] confundió mis actividades en la pintura y la escultura con el conocimiento de las finanzas y la organización de las compañías de ópera, teatros, orquestas y de danza.

Después, el mismo Baumol (1987) escribió un artículo (Performing arts) para *The new Palgrave: a dictionary of economics*:

[...] el interés en el tema entre los economistas se ha visto provocado por algunos atributos especiales de la economía de las artes que han demostrado ser interesantes analíticamente [...] Sobresale la “enfermedad de los costos de las artes escénicas” que se ha propuesto como una explicación del hecho de que, salvo en periodos de inflación rápida, los costos de las actividades artísticas aumentan casi universalmente [...] más rápido que cualquier índice del nivel general de los precios. Otra cuestión teórica importante [...] son los fundamentos para justificar el financiamiento del sector público a las artes.

En la actualización de esta entrada (con el nombre de Art, Economics of) en el mismo diccionario, el economista australiano David Throsby (2008) afirmó:

La aplicación de la teoría y el análisis económico a los problemas de las artes escénicas [...], las artes visuales y literarias y otras formas de arte se ha expandido enormemente en los últimos 30 años. Un asunto básico ha sido identificar las formas en que los bienes y servicios artísticos difieren de otros bienes y servicios en la economía, lo que merece una atención especial. Este artículo considera el análisis económico de las condiciones de la demanda y la oferta en las artes, las estructuras de mercado [...]

Baumol murió a los 95 años de edad. Entonces Patricia Cohen (2017) escribió en *The New York Times*: “William G.

Bowen [...] y el profesor Baumol esencialmente inventaron la disciplina de la economía del arte con su trabajo acerca del ejemplo de los costos crecientes de un cuarteto de cuerdas. El profesor Baumol más tarde argumentó que la mayoría de los artistas, al aceptar salarios bajos, estaban subsidiando las artes escénicas sin fines de lucro”.

Y en la revista *The Economist* (2017) se dijo:

Su origen era improbable: una comisión para ayudar, a quienes promueven las artes, a entender las dificultades financieras que enfrentaban las organizaciones culturales. Un informe coescrito con William Bowen terminó con una observación simple pero sorprendente. Los trabajadores en las artes compiten en el mismo mercado laboral nacional que los de las fábricas. A medida que la productividad creciente en la manufactura eleva los salarios de los obreros, las organizaciones artísticas deben pagar más a su personal para evitar que renuncien a hacer aparatos. Pero los salarios crecientes en las artes no corresponden, como en la manufactura, al incremento de la productividad [...] Por tanto, los costos crecientes y la productividad estancada aumentan, en el tiempo, la presión para subir los precios de las entradas, o recibir más donativos, o producir menos arte.

En las primeras páginas de su libro de texto Ruth Towse (2010) afirmó:

La economía usa la teoría —principios económicos— para analizar problemas y utiliza la evidencia empírica - datos estadísticos- para tratar de dar respuestas. La economía de la cultura usa este análisis y lo aplica al sector cultural; confronta hipótesis teóricas acerca de la producción y el consumo de bienes y servicios culturales con la investigación empírica. También es parte de la investigación más amplia del mundo de las artes y la cultura por parte de otras disciplinas relacionadas, especialmente la sociología de la cultura y la administración de las artes, y existe una considerable superposición de su materia de estudio con la economía de los medios de comunicación, especialmente en el área de las industrias de la radiodifusión, audiovisual y editorial.

Como ya dijimos, la economía de la cultura como disciplina surgió en los años sesenta del siglo xx con el primer gran estudio de Baumol y Bowen. Y en el mismo decenio hubo otras dos contribuciones importantes: la compilación de Arjo Klamer (Ed.) *The value of culture: on the relationship between economics and art* y el trabajo de Thomas G. Moore, *The economics of the American theater*. Desde luego, antes se habían publicado varios estudios, por ejemplo, uno de Howard T. Lewis (1929) acerca de las películas: "Distributing motion pictures" (*Harvard Business Review*).

Poco a poco el campo de estudio se amplió: las artes, la cultura, la política cultural, las industrias creativas, etc. A

continuación presentamos una lista breve de hechos importantes en el desarrollo de la economía de la cultura:

- 1973-1979: Association for Cultural Economics (ahora, Association for Cultural Economics International). Primer número de *Journal of Cultural Economics*.² Publicación de Mark Blaug (Ed.), *The economics of the arts: selected readings*. David Throsby y Glenn Withers, *The economics of the performing arts*.
- 1980-1986: William S. Hendon, James L. Shanahan y Alice J. MacDonald (Eds.), *Economic policy for the arts*. Sherwin Rosen, The economics of superstars (*American Economic Review*). Randall K. Filer, The “starving artist”: myth of reality? Earnings of artists in the United States (*Journal of Political Economy*).
- 1993-1998: Alan Peacock, *Paying the piper: culture, music and money*. A. Peacock e I. Rizzo (Eds.), *Cultural economics and cultural policies*. David Throsby, The production and consumption of the arts: a view of cultural economics (*Journal of Economic Literature*). Victor Ginsburgh y Pierre-Michel Menger (Eds.), *Economics of the arts: selected essays*. Tyler Cowen, *In praise of commercial culture*.
- 2000-2009: Hans Abbing, *Why are artists poor?: the exceptional economy of the arts*. Richard E. Caves, *Creative industries: contracts between art and commerce*. Bruno S. Frey, *Arts and economics: analysis and cultural policy*. Mark Blaug, Where are we now on cultural economics? (*Journal of Economic Surveys*). James Heilbrun y Charles M. Gray, *The economics of art*

and culture. Ruth Towse (Ed.), *A handbook of cultural economics*. Victor Ginsburgh y David Throsby (Eds.), *Handbook of the economics of art and culture*. Bruce A. Seaman, *Cultural economics: the state of the art and perspectives (Estudios de Economía Aplicada)*.

- 2010-2020: Ruth Towse, *A textbook of cultural economics*. David Throsby, *The economics of cultural policy*. Ruth Towse, *Advanced introduction to cultural economics*. Idle Rizzo y Ruth Towse (Eds.), *The artful economist: a new look at cultural economics*. Ágúst Einarsson, *Cultural economics*. Alessia Zorloni (Ed.), *Art wealth management: managing private art collections*. Hans Abbing, *The changing social economy of art: are the arts becoming less exclusive?* Samuel Cameron (Ed.), *A research agenda for cultural economics*. Trine Bille, Anna Mignosa y Ruth Towse (Eds.), *Teaching cultural economics*.

TRAVESÍA PERSONAL

En noviembre de 1999 comencé mi travesía en el campo de la economía de la cultura. Entonces fui invitado a participar en el Diplomado en Administración y Gestión Cultural, organizado, entre otras instituciones, por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (Conaculta). Tal vez me convocaron porque alguien sabía de mi gusto por las artes escénicas (como espectador) y de mi trayectoria profesional como economista y profesor universitario. Años antes había leído un artículo de David Throsby publicado

en 1994 (antes citado), así como varios textos de Gabriel Zaid que relacionaban a la cultura con la economía.

El módulo 3 de ese diplomado era Economía de la Cultura, con el objetivo siguiente: “Reconocer y valorar la importancia de la función económica de la cultura, particularmente ante los agudos problemas en su financiamiento”, y me correspondió el tema Mercados culturales en México. Las historias que conté en las sesiones en Morelia (Michoacán) y Jerez (Zacatecas), basadas en *In praise of commercial culture* (1998), fueron percibidas por los asistentes como herejías. Entonces también usé textos de Javier Marías y Fernando Savater, la obra clásica de Baumol y Bowen, y artículos de revistas diversas, por ejemplo: *The Kenyon Review* (Is culture an industry?, 1999); *Journal of Cultural Economics* (The determinants of motion picture box office performance: evidence from movies produced in Italy, 1999); *The Economist* (Baroque ‘n’ roll, 1998); *Journal of Arts Management, Law and Society* (Art and the public purpose: the economics of it all, 1998); *Reason* (French kiss-off: how protectionism has hurt French films, 1998); *American Demographics* (Radio songs, 1996) y *Billboard* (Classical’s growth outpaces pop in German music market, 1994).

Posteriormente, impartí la asignatura de Mercadotecnia Social, de la Maestría en Comunicación de la Ciencia y la Cultura del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). En 2001 destiné seis sesiones a los mercados culturales y los problemas comunes del teatro, la ópera, la danza y la música. En 2002, tres de los ocho temas propuestos fueron: Los mercados culturales: una

perspectiva histórica; Una obra precursora y La economía de la cultura. Durante el primer curso usé libros de Baumol y Bowen, Cowen y Zaid; en el segundo, además, de Philip Kotler y Joanne Scheff; Kevin F. Mc Carthy, Arthur Brooks, Julia Lowell y Laura Zakaras, y Harold L. Vogel.

Mi tercera etapa en esta área comenzó en 2013 —aún no termina— con una petición para que yo enseñara un curso de la Licenciatura en Gestión Cultural del ITESO que se ofrecería por vez primera: Economía y Cultura. Entonces consulté obras de Richard E. Caves, Bruno Frey, Victor A. Ginsburgh, James Heilbrun, Ernesto Piedras, Andrés Roemer, Ruth Towse, etc., además de un libro de Throsby publicado por el Conaculta: *Economía y cultura* (2001).

Adriana Pantoja y yo hemos estado a cargo de Economía y Cultura de 2014 a 2021. En este periodo evolucionó nuestra propuesta (los objetivos, la estructura del programa, los materiales de lectura, las actividades de aprendizaje, la manera de evaluar, etc.); pero, sobre todo, descubrimos la percepción de los estudiantes acerca de este campo de estudio y cómo podrían mejorar su aprendizaje, teniendo como referencia preguntas que ellos se harían durante su ejercicio profesional, para las cuales la economía puede ofrecer respuestas pertinentes.

Los objetivos específicos para enero-mayo de 2014 fueron:

Al finalizar el curso, los estudiantes: a) Conocerán las principales contribuciones teóricas en el campo académico de la economía de la cultura y ejemplos de estudios económicos empíricos acerca de los mercados

culturales. b) Comprenderán las características de los bienes y servicios culturales y sus diferencias en relación con otro de tipo de bienes y servicios, así como las peculiaridades del funcionamiento de los mercados de bienes y servicios y agentes culturales. c) Podrán analizar políticas culturales con base en argumentos económicos.

En enero de 2018 solamente hicimos la descripción siguiente:

Este es un curso introductorio a la economía de la cultura y explica cómo los economistas analizan el sector cultural (artes, patrimonio e industrias creativas). La economía usa la teoría y la evidencia empírica (datos estadísticos) para analizar problemas. La economía de la cultura contrasta hipótesis acerca de la producción y el consumo de bienes y servicios culturales con la investigación empírica. La economía de la cultura y otras disciplinas (por ejemplo, la sociología de la cultura y la administración de las artes) contribuyen al mismo objeto de estudio. La política cultural juega un papel fundamental en la configuración económica del sector cultural y los economistas tienen interés en cómo funciona esa política. La política cultural pretende alcanzar ciertos objetivos. Los gobiernos pueden financiar organizaciones culturales ya sea porque pueden lograr objetivos estratégicos de esa manera o porque el financiamiento privado es insuficiente o inadecuado.

Para el curso inaugural tomamos como base una obra de Ruth Towse, *A textbook of cultural economics* (2010), y decidimos que los alumnos leyeran principalmente textos en español. Posteriormente adoptamos como libro de texto *Advanced introduction to cultural economics* (2014), de la misma autora.

En el primer curso los estudiantes leyeron una parte del *Manual de economía de la cultura*, editado por Ruth Towse (2005). Y en la bibliografía recomendada incluimos, por ejemplo, *Cultura y economía: vínculo para el desarrollo*, de Ernesto Piedras (2010); *La industria de la cultura y el ocio: un análisis económico*, de Harold L. Vogel (2001); *Dinero para la cultura*, de Gabriel Zaid (2013); *Creative industries: contracts between art and commerce*, de Richard E. Caves (2000), y *Handbook of the economics of art and culture*, editado por Victor Ginsburgh y David Throsby (2006). Además, seleccionamos artículos publicados en *Journal of Cultural Economics* y *Journal of Arts Management, Law and Society*.

En los cursos más recientes, además del libro obligatorio, sugerimos *Cultural economics*, de Ágúst Einarsson (2016), así como artículos, informes y materiales de muy diversos autores y enfoques. Las revistas donde se publicaron los artículos seleccionados fueron: *Business Horizons*, *Economic Affairs*; *City, Culture and Society*; *Creative Industries Journal*; *Journal of Arts Management, Law and Society*; *Journal of Cultural Economics*, *Journal of Economic Perspectives*, *Journal of Economic Surveys*, *Journal of Music Business Research*, *International Journal of Arts Management International*, *Media, Culture &*

Society, Museum Management and Curatorship, Poetics, Popular Music and Society, Publishing Research Quarterly, Review of Economic Research on Copyright Issues, Revista de Economía Institucional, The Economic Record, etcétera.

En mayo de 2014 un estudiante escribió “Una indispensable guía de lectura para el alumno de Economía y Cultura”:

1. Arnold y Ward (1998). “Roll over, Beethoven”. Aunque siento que estoy cometiendo sendo sacrilegio al no citar a Baumol al principio de esta lista, he decidido otorgarle el primer lugar a este artículo de pequeñas proporciones por la sencilla y cotidiana razón de haber sido el que más me impactó al comenzar el curso. A través de un lenguaje sencillo y ameno, el texto se presenta como una introducción muy digerible para quien está a punto de profundizar en materia de economía y cultura. No solo centra su atención en problemáticas relativas a este campo, sino que lo hace a través de un caso que afirma que la academia, la competencia en el mundo profesional, las necesidades reales y lo *cool* pueden ser harina del mismo costal: The Liverpool Institute of Performing Arts de Paul McCartney. Por si fuera poco, Sue Arnold, coautora del texto, remata con una frase que va a terminar en mi pared uno de estos días: “*Art is sometimes too important to be left to artists*”. Las palabras de Arnold se relacionan, como me hicieron ver durante el curso, con lo que dicen Peraza e Iturbe (*El arte del mercado en arte*): “Fuera de los canales de distribución, no se podría asegurar que existe el arte.

¿Por qué? Porque no hay arte sin público, y esa relación está controlada y supeditada a los intermediarios”.

2. Kolb (1997). “Pricing as the key to attracting students to performing arts”, *Journal of Cultural Economics*, pp. 139-146. En este texto los autores se dieron a la tarea de compilar los resultados de una serie de encuestas que buscaban responder a una de las interrogantes más tétricas de este sector: ¿por qué no acude la gente al teatro? Más allá de esto, los datos cruzados entre la información obtenida en ambos lados del Atlántico (Estados Unidos e Inglaterra) exploró las posibilidades de trabajar con un público que, pese a tener considerable potencial, suele dejarse de lado: los universitarios. Como estudiante de una licenciatura en gestión cultural, analizar un segmento al que pertenezco fue una tarea bastante alentadora.

3. Benhamou. “Los mercados de trabajo de los artistas”, en Towse (2005). Antes de recomendarlo tengo que dejar claro que este texto rompe corazones. Este artículo es el *Step Mom* de los artículos. Bueno, quizá no. Pero leer un análisis sobre los índices y causas que motivan la permanencia/deserción de profesiones artísticas fue un acercamiento muy crudo al mercado laboral de los artistas. Incluso, hubo momentos en los que llegué a cuestionarme si de verdad se podía hablar de un “mercado laboral” para estos profesionales de las artes. Este texto es un excelente avistamiento de lo que le espera a un gestor cultural allá afuera.

4. Cowen (1998). *In praise of commercial culture*, pp. 44-82. El segundo capítulo de este libro, “The market

for the written word”, fue mi favorito por sobre todos los demás textos que hablaban sobre esta industria en particular. El autor aborda temas como la publicidad y su predominancia sobre los méritos literarios y la “muerte” del libro a mano de los medios electrónicos.

5. Baumol (1965). “On the performing arts: the anatomy of their economic problem”. Como detallé en el listado anterior, Baumol es el verdadero punto de partida para cualquier estudiante de la economía de la cultura. Aunque estemos lidiando con el padre y pionero en este campo de estudio, hay que tener cuidado al momento de utilizar la *cost disease* como herramienta de análisis. Uno puede terminar por ir más allá de la crisis de las artes escénicas, diagnosticándole este mal a cada uno de los ámbitos de las artes y la cultura.

6. Towse. “Las industrias culturales”, en Towse (2005). En este capítulo, la compiladora de este manual dicta algunos puntos para comenzar a entender qué es un sector cultural, apuntalando la relación entre los derechos de autor y el surgimiento de las industrias culturales como tales.

7. Frey. “El apoyo público a las artes”, en Towse (2005). Este capítulo entraña una importancia particular, ya que puede permitirle al alumno poner en tela de juicio sus creencias en torno a quién debe costarle la cultura.

8. Ashenfelter. “Las subastas de arte”, en Towse (2005). Aunque el mercado del arte no es un tema que me apasione considerablemente, este texto explica una rama particular de esta industria de forma comprensible y aterrizada.

9. Gallego Pérez (2012). "Podcasting in Spain: a new business model or a reflection of traditional radio". *The Radio Journal: International Studies in Broadcast & Audio Media*, pp. 23-34. A diferencia del capítulo de Withers [...] este texto me pareció considerablemente más valioso debido a su capacidad de explicar las presiones, riesgos y fallas en el mercado de las radiotransmisiones a través de un nuevo canal que ha cobrado fuerza en la última década: el podcast. Al haber trabajado en radio (FM) y su contraparte en Internet, encontrarme con uno de los pocos estudios sobre *podcasting* en mi idioma me permitió detectar algunas áreas de oportunidad de las cuales este medio puede sacar provecho para convertirse en una alternativa tan seria como la radio y televisión convencionales.

10. Withers. "Las emisiones de radio y televisión", en Towse (2005). Este fue uno de los capítulos de Towse con los que despedí el semestre. Aunque está repleto de información detallada sobre la *broadcasting*, así como una pequeña retrospectiva histórica, me pareció una lectura muy tediosa y un tanto difícil de seguir.

En mayo de 2017 un alumno compartió lo siguiente:

He de decir que esta materia era una de esas que imponen antes de haberla tomado, en las que dices: "¿Qué voy a entender yo de economía? Ese no es mi lenguaje, no voy a entender nada". Pensaba que seguramente todos los términos iban a ser demasiado complicados y que las lecturas serían ilegibles. Cuando

me enteré de que eran muy pocos los textos en español también supuso un reto grande, pues habría que poner en práctica no solo los conocimientos del idioma inglés sino la comprensión de todas esas dificultades que pensaba que tendría en otro idioma. Conforme fueron sucediendo los seminarios me di cuenta de que los términos, aunque ya había escuchado algunos, se referían a otra cosa; pero al comprender a qué se referían iba entendiendo más sobre economía en general y sobre cómo funcionan los esquemas de producción y el mercado del arte. [...] Lo único que me pareció es que a veces estos artículos suponen un bagaje cultural amplio, puesto que había términos que efectivamente no entendía y que teníamos que ampliar en clase.

En mayo de 2018 otro estudiante hizo esta reflexión:

El campo de la cultura es sumamente complicado de trabajar desde una óptica económica. ¿Cómo monetizas expresiones simbólicas?, ¿a partir de cuándo termina el gusto y comienza la valoración monetaria?, ¿qué es más importante, la congruencia artística o la activación económica? Son todas preguntas que parten desde una comprensión dicotómica de la Cultura (así, con C mayúscula) y el entretenimiento (esta nueva categoría que utilizamos para nombrar a todos aquellos productos que no han alcanzado la sacralización institucional de las bellas artes). Un gestor cultural tiene que ser consciente de esta complicada relación entre la idealización de la obra de arte (o el evento, o el