INDUSTRIAS CULTRALES

LAS ARTES ESCÉNICAS.

ECONOMÍA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y POLÍTICAS PÚBLICAS

SANTIAGO TURENNE
3.633.537-8

Facultad de Información y Comunicación

RESUMEN

Debido al desarrollo tecnológico, los cambios en los hábitos y formas de consumo, producción y difusión cultural, las industrias culturales han cobrado una creciente importancia económica, política y social.

Recientes estudios sobre las aportaciones de la cultura al Producto Bruto Interno han demostrado a las artes escénicas como un sector en crecimiento y desarrollo.

A tales efecto, este trabajo busca reflexionar en torno a la denominación de las artes escénicas como una industria creativa, considerando cuatro tópicos en relación a ello:

1- El carácter plural de las artes escénicas y su complejo entramado.

2- El desarrollo de las Industrias Creativas en cuanto a las artes escénicas.

3- El tiempo libre, el consumo cultural y su estrecha relación con el mercado.

4- La incidencia del Estado en esta industria creativa.

INTRODUCCIÓN

El siguiente texto pone en juego el rol de las artes escénicas frente a las llamadas industrias culturales: ¿Hasta que punto estamos dispuestos a enmarcar la danza, el teatro, el circo o los títeres dentro de un sistema industrial?; ¿Acaso no es que la "fatalidad de los costos"[1] de producción, la dificultad de distribución masiva y el carácter efímero de las artes vivas determinan unos de los principales aspectos por lo cual se considera este sector cultural, un sector preindustrial?, ¿No deberíamos suponer una lejanía de la reproductividad técnica en estas expresiones culturales, quedando así, el "aura"[2] de éstas al amparo del consumo inmediato, y por lo tanto fuera de las lógicas de las industrias culturales?.

Sin embargo, el reciente análisis de la Cuenta Satélite en Cultura[3] parecería refutar todo cuestionamiento que aleje una visión industrializada de la artes escénicas. Números tales como, 7.7 millones de dólares en recaudación por taquilla, 39,1 millones de dólares en cuenta de producción y generación de ingresos, relevamientos de 96.310 servicios de interpretación y 9.000 actividades de artes, entretenimiento y creatividad, afirma una creación, comercialización y distribución del sector, donde la presencia del elemento artístico o creativo sustancial en el bien o servicio producido, define a las artes escénicas como Industrias Creativas.

De tal forma, trataremos de extender los conceptos allegados a las plurales industrias culturales, a las también plurales artes escénicas.

---

[1] Concepto empleado por William Baumol y William Bowen en Perfoming Arts, The Economic Dilemma
[2] Walter Benjamín.
[3] "Hacia la Cuenta Satélite en Cultura del Uruguay.- Medición económica sobre le sector cultural – año 2009.

1- Pluralidades

Para determinar un desarrollo industrial de las artes escénicas, inevitablemente nos lleva a pensar sobre las especificidades de cada uno de los sectores que a éstas compone (teatro, danza, circo, títeres, ópera). Si bien encontramos similitudes en sus cadenas de valores, un estudio sobre su desenvolvimiento económico, sobre su profesionalización y su desarrollo artístico, requiere una observación de aquellas particularidades disciplinares, al igual que de sus contextos de acción.
Vale mencionar que cada uno de los eslabones de la cadena de valor, que comprenden desde la formación a la comercialización y consumo , encuentran sus propias especificidades y desarrollos disímiles.

Sin embargo, este carácter materialista de las artes escénicas, plantea una complejización, al igual que al concepto plural de la industria cultural, donde esta aparente división, amparado en lo empírico y pragmático, significaría una división de la cultura, una división de la sociedad y porque no también mencionar una división de las comunidades de las artes escénicas entre si. Asimismo, esta división presupone una aprehensión capitalista de la cultura que, sin necesidad de defender o refutar, encontramos en ella la división de trabajo y reconocemos un sistema productivo-económico-comercial diferenciado.

Con estos modelos singulares de producción, es posible generar un análisis sectorial de las aportaciones que cada área artística contribuye, y así, dimensionar en su totalidad, su contribución en la riqueza país. Acudiendo nuevamente a los números económicos aportados por las artes escénicas, de acuerdo al análisis de la Cuenta Satélite en Cultura (MEC), éstas son, como menciona Ángel Carrasco Campos sobre las industrias culturales, “un recurso económico muy importante”. Pero también como menciona el Departamento de Industrias Creativas del Ministerio de Educación y Cultura, estas han pasado a jugar un papel fundamental en el conocimiento, la expresión ciudadana y la formación de la cultura y la identidad nacional.

2- Desarrollo de las Industrias Creativas.

El desarrollo de las industrias creativas en el Uruguay, desde una perspectiva de las artes escénicas, puede asociarse a un crecimiento constante determinado por diferentes políticas públicas para la cultura llevadas a cabo por el Estado durante estos últimos años. Como ejemplo, podemos obtener los datos del Sistema de información Cultural (SIC) que comprueban que unas de las razones por la que la disminución de personas que nunca habían visto danza[4], fue determinado por la implementación de mecanismos como el Fondo Concursable para la Cultura, promovido por la Dirección Nacional de Cultura del Ministerio de Educación y Cultura, que bajo políticas de descentralización, han previsto de diferentes bienes culturales, en diferentes partes del territorio nacional.
Si bien el papel del Estado en las artes escénicas lo veremos en un próximo apartado, vale subrayar aquí la importancia e incidencia de la subvención estatal para la obtención de un desarrollo sostenible, justificado ante las carencias innatas / propias del sector.

Si bien el paulatino crecimiento de audiencias para las artes escénicas ha influenciado en el desarrollo de esta industria creativa, debemos tener en cuenta también otros factores potenciales tales como: las formas de organización de trabajo, su internacionalización, la incorporación de las tecnologías de la información y comunicación, los modos de operar en red, nuevas plataformas de comercialización y visualización y nuevos modos de percibir el consumo del "tiempo libre".

La profesionalización del sector de las artes escénicas, en todas sus dimensiones, ha previsto nuevas formas de **organización de trabajo**. Si bien es sabido el rol multitask del un director o coreógrafo, el cual se ha visto históricamente al mando de todas las etapas de producción (desde la pre-producción hasta la difusión), el rol del gestor

[4] Según el Sistema de Investigación Cultural, la no asistencia a espectáculos de danza en el año 2002 eran del 85% y paso al 74.7% en el año 2009.

cultural en los últimos años, aparece fortalecido por medio de diferentes formaciones públicas y privadas. Esto ha determinando nuevas lógicas de operar dentro del ámbito público, privado y del tercer sector, beneficiando sin lugar a dudas, la calidad no solo artística sino también de gestión de resultados.
Una de las características en cuanto a gestión de esta industria creativa, es **la gestión por proyecto**, que bajo una estructura reticular, se conglomeran diferentes agentes y oficios para dar como resultado a un bien cultural determinado. Esta lógica, siempre ha prevalecido en el Uruguay, ya que las grandes compañías o empresas no ha existido salvo en caso de las oficiales, como puede ser el ejemplo del Ballet del SODRE o de la Comedia Nacional de Teatro.

El trabajo en red, es otro de los mecanismos empleados frecuentemente por este sector, bajo organizaciones heterárticas, horizontales y colaborativas, ha desempeñado un fortalecimiento en los modos de producción, en el intercambio de información y know how, así como también interacciones a distancia entre diferentes hacedores culturales a nivel regional e internacional.

Es así que, la web 2.0 y las TICS en general, han contribuido a numerosos intercambios que han incidido en nuevas formas de producción y distribución, tanto del conocimiento como de bienes y servicios culturales. Un claro ejemplo, en el sector de la danza, ha sido la Red Sudamericana de Danza (www.movimiento.org)

Si bien **el mercado de las artes escénicas**, podría considerarse un mercado enflaquecido, éste se ha logrado desarrollar a través de diferentes iniciativas públicas y/o privadas. Caso es el MAU- Mercado de las Artes Escénicas, de la Dirección Nacional de Cultura, o el reciente impulso del Instituto Nacional de Artes Escénicas al grupo de estructuras de festivales independientes para la internacionalización de la danza contemporánea.
Sin lugar a dudas, son estas las iniciativas que promueven romper las murallas de mercado, en el sentido de atraer nuevas posibilidades de circulación de los productos nacionales como bienes meritorios, que puedan ser aprovechados para una identificación de marca cultural país, de intercambio entre artistas, así como también nuevas posibilidades de desarrollo laboral con el exterior.

3- Tiempo Libre y Mercado.

¿Cómo pasa principalmente su tiempo libre?, ha sido una de las preguntas realizadas en la investigación del año 2009 sobre "imaginarios y consumo cultural"[5].
Resulta interesante observar algunos de los números obtenidos en relación a las artes escénicas, donde se revela que, el mismo porcentaje que una persona pasa su tiempo libre tejiendo o yendo a la iglesia, es el mismo porcentaje que dedica su tiempo libre yendo al teatro (4,30%).

Sin detenernos en porcentajes, vale destacar que las personas consumen los productos culturales en su tiempo libre y cuando las necesidades básicas de estas personas están cubiertas. Por esa razón, el desarrollo económico de un país determinará a su vez, el consumo cultural que este provee.

Hablar de consumo, nos asemeja hablar de mercado. Es considerar el bien simbólico artístico como una mercancía, un commodity que, tras varias decisiones y transacciones realizadas por el usuario, es consumido.
Para confirmar este enunciado, solo nos bastaría pensar en las acciones que realizamos hasta llegar a sentarnos en una butaca de un teatro. Acciones que irían desde coordinar, a través de un par de llamadas, el punto de encuentro de un grupo de amigos, tomar un taxi, ómnibus o ponerle combustible a un vehículo y hasta contratar una niñera en caso que se tenga hijos a cargo. Vale destacar dentro de esta movilización de transacciones económicas, pagar la entrada del espectáculo, y porque no, salir a comer o a tomar un trago luego de la función (o mejor dicho, luego de haber consumido un bien cultural).

La característica de esta especie de commodities es, como mencionábamos anteriormente, su carácter efímero, o sea, desaparece en el momento que es consumido. Entonces, ¿Cómo reacciona esta industria cultural frente a la competencia de otras mercancías que no se destruyen al momento del consumo?

---

[5] Imaginario y Consumo cultural, segundo informe Nacional sobre consumo y Comportamiento Cultural- Uruguay 2009- Susana Dominzain /Sandra Rapetti / Rosario Radakovich. – pág. 95.

¿Será una de las razones que condicen su bajo consumo, el no poseer el bien cultural durante tiempo indefinido? ¿cómo puede las artes esencias competir con aquellos productos que se mantienen y pueden ser fácilmente reproducidos y a bajo costo?

Es sabido que en el ámbito de la cultura, un bajo nivel de consumo puede deberse a una falta de oferta. No parece ser el caso de los teatros montevideanos, pues solamente en el ámbito privado se producen alrededor de 200 obras por año.

Por esta última razón, concluimos que la distribución cultural es la clave de un desarrollo de consumo. Es hora de pasar a determinar intervenciones que ya no estén solamente pensadas en la mejora de la producción cultural, sino también en cómo estas, ya creadas, podrían optimizar su visibilidad, distribución y por ende, su consumo.

Es entonces necesario no escapar a las lógicas de mercado. Poder traducir lo que éste puede brindar a beneficio del sistema cultural. Un marketing cultural adecuado proveerá de herramientas útiles de conocimiento de nuestros públicos, lo que éstos esperan de las producciones, así como las instituciones culturales poder definir una fidelización que asegure un crecimiento de audiencias y por lo tanto un crecimiento en nuevas posibilidades al sector de las artes vivas.

Conocer mejor las audiencias repercutirá en ofertar espacios atractivos que acerquen nuevas posibilidades de aprovechamiento y consumo de un preciado “tiempo libre”.

A modo de corolario podemos afirmar que no es necesario que un bien cultural tenga la misma liquidez financiera que cualquier activo del mercado. Pero si es necesario idear una economía cultural que se piense a si misma como un activo más, encontrando solvencias fructíferas, sin descuidar su conservación o preocupación por el medio ambiente, y así preponderar su valor como legado.

4- El Estado

La intervención Estatal parece inevitable en cuanto a las artes escénicas.
Si en el mercado actual, caracterizado por la globalización y la competencia, un activo (producto) no satisface las necesidades y no es rentable, la lógica capitalista sería desecharlo, sustituirlo por otro que si satisfaga las expectativas de mercado. Pero ¿un bien cultural, con las mismas características que el anterior, debe ser desterrado, destruido o simplemente dejado de lado?. La respuesta esperada sería un "no", justificando de este modo la intervención Estatal. Sin embargo es necesario considerar que esta no sea una carga económica. Por esa razón, en el ámbito Estatal, se deben gestionar políticas sostenibles para no recaer en meras filantropías.

Podríamos considerar que las políticas publicas para la cultura en el Uruguay, basadas en la descentralización, producción, distribución, profesionalización de las artes, entre otras, ha conllevado a externalidades positivas para la sociedad. Es así que, subvenciones estatales para la circulación por el territorio nacional, por ejemplo, ha contribuido a que las personas puedan disfrutar de espectáculos en vivo, con acceso libre y gratuito, así como también ha permitido activar centros culturales con poca o nula oferta cultural.

Pero el énfasis en la intervención Estatal en las artes escénicas, esta dado por el crecimiento de los costos y los rasgos de producción, que conducen a un déficit financiero que justifican estas subvenciones estatales, así como el mecenazgo y/o patrocinio empresarial. Además de recordar que en lógicas de mercado, los productos culturales de estos sectores, son menos valorados que otros productos culturales como la música o el cine, generando una falla de competencia, pero que deben ser atendidos debido a su gran valor simbólico, así como también, deben ser contemplados por nuestros derechos culturales, no solo referido al consumir cultura, sino también el del hacer cultura.

Varios han sido los mecanismos, en estos últimos años, en la que la producción cultural de las artes escénicas se ha visto beneficiad, entre ellos podemos destacar son los Fondo Concursable para la Cultura, siendo este el principal fondo de financiamiento de proyectos artísticos en todo el país, y los Fondos de incentivo Fiscal, que tienen por objetivo lograr una interacción y cooperación entre el sector artístico cultual y los contribuyentes dispuestos a aportar recursos económicos, a cambio de certificados de créditos de la Dirección General de Impositiva.

Conclusión

Considerar las artes escénicas como una industria cultural, nos lleva inevitablemente a pensar sobre los riesgos que éstas enfrentan en cuanto a lógicas de mercado que, por sus propias fallas, no les permitiría subsistir sin la intervención del Estado y sin la promoción de políticas públicas que alienten un desarrollo sostenible. Las particularidades de cada uno de los sectores que participan dentro de las denominadas artes escénicas, dimensionan una complejización en el entramado de su propio entendimiento y relacionamiento. Es necesario cambiar paradigmas en sus modos de operar cultura, involucrando aún más los conceptos de mercado que permitan una comercialización de sus bienes culturales con una audiencia o público mas amplio, sistematizado y por lo tanto mas conocido. Pensar como redireccionar las políticas culturales hacia la producción de nuevos circuitos de comercialización, mas que en la producción de contenidos artísticos, se hace fundamental para el crecimiento de esta industria.

Ya es comprobado, por diferentes estudios, el impacto de las artes escénicas en la economía del país, generando ingresos, empleos y concibiéndose como una industria que juega un papel fundamental en el conocimiento, la expresión ciudadana, la formación de la cultura y en la identidad nacional.

Bibliografía consultada

1- “Industria cultural e ideología: mercado, cultura y comunicación. Revisión de conceptos para repensar la convergencia global”. Ángel Carrasco Campos.

2- “Políticas Culturales y el proceso de Mundialización de las Industrias Culturales”. Xavier Cubeles.

3- “Conceptos de Cultura: Políticas Públicas y las Industrias Culturales” Nicholas Garnham.

4-Selección de textos de: “La economía del Sector Público”. Joseph Stiglitz

5-Imaginarios y Consumo Cultural. Segundo Informe Nacional sobre Consumo y Comportamiento Cultural. Susana Dominzan/ Sandra Rapetti / Rosario Radakovich. Uruguay 2009

6-Hacia la Cuenta Satélite en Cultura del Uruguay. Medición Económica sobre el Sector Cultural. Año 2009. Ministerio de Educación y Cultura.

ECONOMÍA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y POLÍTICAS PÚBLICAS

SANTIAGO TURENNE
3.633.537-8

Setiembre 2014