

LA ECONOMÍA DE LA CULTURA: ¿UNA CONSTRUCCIÓN RECIENTE?

*Antonio M^a Avila Alvarez**
*Miguel Angel Díaz Mier***

En este artículo se hace una revisión de una línea de investigación, como es la de la economía de la cultura, cuyo planteamiento hubiera causado cierta perplejidad hace unos años y que, en la actualidad, está adquiriendo una relevancia cada vez mayor. Esta relevancia no sólo afecta al mundo académico, donde cada vez son más las publicaciones especializadas en este campo, sino también a la propia realidad económica. Así, en el ámbito de las instituciones internacionales o en el propio mundo empresarial, especialmente entre las multinacionales, el concepto de cultura es un concepto de importancia creciente, a lo que también contribuye el propio desarrollo económico y la consolidación de una auténtica sociedad del ocio.

Palabras clave: *economía de la cultura, ocio, análisis económico, revisiones bibliográficas.*

Clasificación JEL: *J22, Z10.*

1. Introducción

En 1992, W. Pommerehne (1992, páginas vii y siguientes) escribía que «diez años antes de esa fecha, una buena cantidad de economistas profesionales se hubieran sorprendido incluso de oír de la existencia de un tema denominado Economía del Arte y la Cultura». Hasta ese momento, solamente un muy reducido número de tratadistas de la economía y especialmente quienes se encontraban interesados desde un punto de vista personal, y en otros casos profesional, en las artes (en su acepción inglesa) habían presentado contribuciones escritas tendentes al establecimiento del concepto. Entre ellos cabe citar a A. Peacock, quien se había preocupado de la pro-

moción pública, de las artes y la cultura (especialmente por medio de subvenciones), en un artículo que ha reproducido la importantísima recopilación de M. Blaug *The Economics of the Arts* (1976, Martin Robertson, ed.). También se ha de destacar el trabajo de H. Baumol y W. Baumol sobre *The Future of the Theater and the Cost Disease of the Arts*, y otro del mismo W. Baumol con W. Bowen, *Performing Arts. The Economic Dilemma* (1996).

Pero sólo diez años después de las fechas indicadas (mediados de los sesenta, principios de los setenta del siglo XX), en 1976 se inicia la publicación del *Journal of Cultural Economics*, al que nos hemos de referir, lógicamente, por la amplitud y calidad de los trabajos recogidos en dicha revista en sus años de existencia. Igualmente se ha creado una Association for Cultural Economics. No podemos dejar de citar tampoco que en el *Journal of Economic Literature* ha aparecido una sección específica

* Universidad Autónoma de Madrid.

** Universidad de Alcalá.

dedicada a la cuestión. Todo ello revela la existencia de grupos de economistas que, provenientes de diversos campos, se han interesado por el tema.

De esta manera, en su notable libro, Frey (2000, páginas 2 y siguientes) ha podido realizar una exposición muy completa sobre estudios y estudiosos de la economía de la cultura. En dicha obra se citan textos realizados por autores de diversas nacionalidades, aspecto éste que aquí adquiere una especial importancia, pues constituyen ejemplos de las diferencias entre las «culturas de países». Algunos de ellos han analizado aspectos específicos (los museos, el teatro, la música, el patrimonio cultural, etcétera). Otros han estudiado cuestiones muy relacionadas con el tema (las intervenciones públicas o los derechos de propiedad intelectual, por ejemplo). Claro es que pensamos que lo realizan desde un planteamiento bien definido: han llegado a la consideración de aspectos culturales desde su visión de economistas y no a la inversa. Al menos ello ocurre respecto a los que se han denominado *cultural studies*, entre cuyos cultivadores no hemos encontrado un interés similar por la ciencia económica.

En la construcción del edificio de la economía de la cultura, algunos de los autores cuyas obras hemos tenido ocasión de analizar se remontan, lógicamente, a los albores de la historia del pensamiento económico para buscar en el estudio de los clásicos antecedentes de las preocupaciones de los economistas actuales por la cultura y los estudios culturales. Por ejemplo, F. Benhamou (2000, páginas 5 y siguientes) en un breve examen de las obras de Smith, Ricardo y Marshall concluye que «sin que se pueda hablar con toda propiedad de un análisis económico del sector cultural se ven surgir en las obras de estos padres de la ciencia económica conceptos que constituirán la base de la economía de la cultura». Entre ellos figurarán más adelante los de efectos externos, las inversiones de ciclo largo, las remuneraciones en condiciones de incertidumbre, las ayudas públicas, etcétera.

Por su parte, Lavoie y Chamlee-Wright (2000, página 37) se refieren a varias escuelas del pensamiento económico, entre las que destacan por su tratamiento del tema: a) el institucionalismo (con trabajos de Beaton, Hodgson o Samuels); b) la denomi-

nada escuela «heterodoxa» de Chicago (McCloskey); c) los marxistas (Amariglio, Burczak); d) la escuela austríaca (Addelson, Lochmann, O'Driscoll). Por nuestra parte hemos de añadir que, a lo largo del tiempo, se han presentado otros aspectos de la vida económica que han contribuido a aumentar el número de estudios sobre las cuestiones debatidas. Así, los especialistas en economía de la empresa han desarrollado los conceptos de cultura de empresa y/o cultura de la organización. En las relaciones económicas internacionales hemos visto recientemente la inclusión de aspectos culturales en algunos tratados de integración económica (como el acuerdo Canadá-Estados Unidos). Incluso uno de los acuerdos multilaterales que forman el núcleo de la OMC está dedicado a uno de los temas antes señalados: el Acuerdo sobre Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC).

A la vista de estas y de otras aportaciones significativas nos parecía claro que, antes de entrar en la consideración de los distintos aspectos que se contemplan en este número, debíamos realizar una serie de precisiones previas. En primer lugar, interesarnos por las razones de la construcción *sui generis* del concepto de economía de la cultura. En segundo término, señalar algunos de los fundamentos teóricos que subyacen al concepto. Por último, preguntarnos por aquellos aspectos —especialmente de la economía aplicada— empleados en los estudios. Aspirábamos, por un mínimo afán de simetría, a realizar consideraciones similares desde el punto de vista de la cultura. Las dificultades que, al menos en nuestra experiencia, hemos encontrado no lo han hecho posible.

Teniendo en cuenta estas primeras observaciones, las consideraciones de este trabajo se centrarán en los siguientes puntos que se desarrollarán en los apartados sucesivos:

1) Unas reflexiones muy esquemáticas desde la perspectiva de los hoy denominados en la literatura anglosajona *cultural studies* sobre el interés y la importancia que los mismos conceden a la ciencia económica.

2) Una exposición mínima de algunos conceptos asociados a las que se denominan industrias de la cultura, que ampliarán otros trabajos de este número para el caso español.

3) Un intento de señalar los conceptos económicos que cabe aplicar en el examen de actividades culturales. Nos detendremos así, en buena lógica, en los mercados, en los factores de oferta y demanda, en la consideración del valor y aludiremos aspectos de las relaciones económicas internacionales.

4) Una exposición —también limitada— de conceptos actuales que se aplican tanto a la cultura como a la economía y, en especial, la globalización. En esta línea, consideramos, sería necesario estudiar también otros aspectos de orden macroeconómico como, por ejemplo, la relación entre cultura y desarrollo económico. Sin embargo, en orden a evitar duplicidades pensamos que esta área queda cubierta en este número de *ICE* con el trabajo de M. A. Galindo y M. A. Díaz Mier.

5) Algunas consideraciones desde el punto de vista microeconómico, intentando precisar conceptos tan extendidos como el de cultura de empresa y su aplicación por entidades multinacionales.

2. La economía desde los «estudios culturales»

Resulta sobradamente conocida —y admitida— la consulta inicial a los diccionarios como una forma de abordar temas científicos y sociales. En este trabajo no hemos sido excepción a esta técnica. Tras una lectura de los conceptos de cultura que pueden encontrarse en los diccionarios de uso más frecuente en español o en inglés acudimos a la tradicional «Biblia» del economista —el Palgrave— en busca de su idea de lo que cabe entender por «economía de la cultura». La respuesta fue sencilla: la voz «culture» (*The New Palgrave: A Dictionary of Economics*, ed. 1987, página 730) remite a su vez a «antropología económica» (*Economic Anthropology*). La misma nos puso en la pista de las primeras reflexiones. Si queríamos investigar el significado de «economía de la cultura» debíamos preguntarnos por las razones de su engarce con lo antropológico, según el prestigiado diccionario. Reconocemos así que sobre antropología económica y, en especial, en su conexión con la economía política se puede disponer hoy de un amplísimo número de textos. Nos pusimos también a trabajar sobre un buen número de textos y de revistas —los principales de los cuales se encuentran en la referencia bibliográfica

de este trabajo— y creemos haber encontrado algún tipo de respuesta, que se mostrará en las siguientes líneas.

En un interesante ensayo que se refiere a los «estudios sobre cultura» tal como se desarrollan en Gran Bretaña tras los años 1950, G. Kendall y G. Wickham (2000, páginas 5 y siguientes) destacan su carácter interdisciplinario y señalan una naturaleza autodisciplinaria de la que sus cultivadores se muestran orgullosos («los estudios sobre cultura se desarrollan partiendo de la consideración de no querer ser esclavos de un solo pensamiento disciplinar»). En este sentido los mismos se valoraban —y así lo describen los autores— como «algo más que una nueva disciplina académica, considerándose comprometidos en el análisis del poder y ello sin las restricciones que impondrían determinadas formas de disciplina académica». Hemos de subrayar en esta descripción de una manera especial el énfasis colocado en la consideración de los aspectos relativos a poder y sobre todo a poder político, lo que parece exigirnos llevar a cabo un mínimo análisis de las vías que han conducido a este enfoque.

Citando los *keywords* de R. Williams (*A Vocabulary of Culture and Society*, 1983) los autores citados ponen de manifiesto que, en sus orígenes, la palabra cultura se asociaba a actividades agrícolas. Fue en tiempos de la Ilustración cuando el término se emparejaría con el de civilización, a la cual se presentaba como camino del progreso (esto es, el de las civilizaciones europeas del tiempo). Con los posteriores movimientos románticos y la expansión de los nacionalismos, el concepto se utilizaría primordialmente para describir las diferentes formas de vida que podían encontrarse en las distintas regiones y naciones del mundo. Esta asociación la llevará al análisis de su relación con los conceptos de cultura nacional, cultura de país y también a diferentes consecuencias políticas. A fines del siglo XIX la cultura quedaría asociada académicamente con las llamadas «artes superiores» (filosofía, música y literatura clásica, pintura, escultura, etcétera).

Ya en el siglo XX, y en consonancia con el desarrollo de algunas ciencias sociales como la antropología o la sociología, el concepto de cultura se asociaría más a «significado», a «conoci-

miento». El mismo Williams proporciona una definición ampliamente extendida: «la cultura es una descripción de alguna forma de vida específica que expresa determinados significados y valores, no sólo respecto al arte y al aprendizaje, sino también a las instituciones y a las conductas cotidianas». De tal definición se deduciría que el análisis de la cultura es «el intento de esclarecimiento de significaciones y valores implícitos y explícitos en una determinada forma de vida».

Una vez destacada esta relación inicial con las ciencias sociales anteriormente señaladas, parece lógico deducir que los estudios culturales están centrados en la sociología y la antropología, y se destacarían en los manuales las aportaciones de autores como E. Durkheim y de E. B. Tylor desde cada una de ellas. Durkheim elaboró, entre otros temas, la idea de conciencia colectiva como algo que recoge valores, normas y creencias de las personas que lleva a los individuos a discernir lo que es bueno, moral, etcétera. Por su parte, Tylor destacó los aspectos de evolución de las culturas, concepción que fue apoyada por otros antropólogos como M. Mead para quien la cultura es un «fenómeno aprendido» o Geertz, quien considera que la cultura es relativa, resultado de historias locales.

Subrayan los ya citados Kendall y Wickham que la antropología fue en sus orígenes un saber no académico hasta que en 1884 alcanzó en la Universidad de Oxford *status* académico con el ya citado Tylor. Este autor, dentro de su ya aludida posición evolucionista, al referirse al desarrollo de las civilizaciones avanza una teoría que contempla tres fases en el mismo: el estado salvaje, la etapa de barbarie y la etapa de civilización. Sus ideas fueron siempre teorizadas desde campos intelectuales de orden práctico o aplicado pero nunca se formularon con ese grado de abstracción característico de los análisis económicos. Por otro lado, consideraría que la cultura forma parte de los problemas del dominio político por formar parte del orden social y de ahí su parentesco con la economía política. Cabe decir que rápidamente los términos se asociaron a los de superioridad de unas culturas sobre otras y a los fenómenos de dominación que caracterizaron al colonialismo y a otras situaciones políticas y sociales de los siglos XIX y XX.

Las críticas a estas posiciones han procedido de campos y filosofías muy diversas. Algunas de ellas se deben a los llamados difusionistas, que preconizaban la existencia en el mundo de una sola civilización original, la cual se expandió por otras partes, adaptándose a las condiciones locales y creando de esa forma la diversidad de civilizaciones. Otras provienen de las escuelas funcionalistas. Por otra parte, los estudios que habían llevado a cabo los primeros antropólogos se referían a sociedades más o menos lejanas (con trabajos bien conocidos como los que algunos han destacado sobre el «buen salvaje»). Pero en el siglo XX los cultivadores tratarían de ampliar estos estudios iniciales sobre sociedades más o menos lejanas a sociedades «civilizadas». Aunque no tengamos en este trabajo espacio para profundizar en ellas, en el ámbito de los estudios culturales han de citarse al respecto las interesantes aportaciones de Foucault, de Derride, de Gramsci, de Chomsky, de Bourdieu y de otros autores, como los antropólogos Levi-Strauss o Malinowski, que examinan concepciones del poder desde diversas perspectivas, con influencia de y en lo político.

Ilustrativo de la situación actual de los estudios sobre cultura es el Cuadro 1, realizado por D. Crane (1995), quien analizó los programas de estudios culturales existentes en un buen número de universidades americanas en 1989 y 1995, mostrando los temas que se presentaban en ellos con mayor frecuencia como un indicador de los puntos de interés común, así como de su evolución. Tales temas se señalan a continuación. También en sus investigaciones realizó similares aportaciones respecto a los tipos de preocupaciones de sus autores.

En orden a precisar las relaciones con la economía, escasamente recogidas en el cuadro, cabe destacar las opiniones de Lavoie y Chamlee-Wright (*op. cit.* páginas 14 y siguientes) para quienes la cultura sería una estructura de los significados, lo que se traduciría en que constituiría un aspecto de factores usuales de casi todo lo que se puede identificar. E incluso más: «es el substrato que proporciona el armazón lingüístico con el que podemos entender el mundo». En tal sentido, consideran que en las etapas de positivismo de las ciencias sociales se des-

CUADRO 1

**PROGRAMAS DE ESTUDIOS CULTURALES EN
UNIVERSIDADES DE ESTADOS UNIDOS**

Temas más frecuentes en 1989		Temas más frecuentes en 1995	
Cultura y sociedad.....	13	Cultura, política y poder.....	13
Significados, símbolos.....	13	Genero, actividad y raza.....	12
Cultura «alta» vs. cultura popular.....	12	Cultura «alta» vs. cultura popular.....	11
Comunicaciones de masas, medios.....	11	Significados, símbolos.....	11
Cultura y cambio social.....	7	Comunicaciones de masas, medios.....	10
Características de los oyentes, decisiones.....	6	Cultura y clase.....	8
Género, etnicidad, razas.....	6	Método, medida.....	8
		Memoria colectiva.....	6
		Cultura y sociedad.....	6

FUENTE: CRANE (1995).

cuida el estudio de ese aspecto en razón de la especialización formalista de los análisis sociales y económicos.

En otra línea que presenta lógicamente paralelismos y divergencias respecto a las que ofrecen los autores anglosajones, un breve repaso de obras significativas de especialistas franceses y alemanes pone también de manifiesto concepciones y preocupaciones en torno a los conceptos de cultura y a cuanto cabe asociar a los mismos. Así, por ejemplo, el bien conocido N. Elías, citado por D. Cucho (2001, páginas 11 y siguientes) centra su atención en el que se ha denominado el debate franco-alemán sobre la cultura. En ese orden, para él, en el siglo XIX «la burguesía intelectual alemana adoptó la palabra cultura en contraposición a la aristocracia cortesana... La cultura sería algo auténtico, que contribuye al enriquecimiento intelectual y espiritual, mientras que la civilización tendría que ver más con una cierta ligereza, un refinamiento sólo superficial». En su análisis, Elías señala que, poco a poco, el término cultura se fue identificando con nación y que también se destacaron sus connotaciones políticas («cultura de clase»). En este mismo orden cabe destacar la contribución del profesor C. París como ejemplo de reflexiones de autores españoles respecto a este debate.

En la búsqueda de una concepción científica del término, los autores franceses también destacan las aportaciones de sociólogos, etnólogos y antropólogos. Así, un autor conocido por una

obra que busca establecer una relación entre cultura y marketing internacional (Usunier, 1992, tomo I, capítulos 1 a 5) ha destacado que ya en 1952 Kroeber y Kluckhohn habían presentado 164 definiciones del concepto de cultura provenientes en su mayoría de trabajos de antropólogos, etnólogos y sociólogos. De entre ellas podrían destacarse ciertos aspectos generales de interés: 1) la existencia de un número limitado de problemas humanos de carácter general; 2) las vías en que las culturas relacionan a los individuos con los procesos sociales; 3) la individualización de la cultura y sus fronteras; 4) los principales componentes de la cultura (lenguaje, instituciones, símbolos); 5) la asociación cultura-país que se destaca en los estudios relativos a empresas multinacionales.

Tampoco, tras nuestro examen de obras de autores franceses como el indicado y desde sus concepciones de los estudios sobre cultura hemos encontrado un número significativo de referencias específicas a las ciencias económicas. Ahora bien, en nuestro recorrido por la literatura sobre estudios culturales hemos creído encontrar signos de un mayor acercamiento de algunos autores hacia cuestiones por las que también se interesa la economía contemporánea. Kendall y Wickham, por ejemplo, han examinado los temas que subyacen en el ordenamiento de los estudios culturales. Destacan la necesidad de considerar en ellos diversos aspectos entre los que pueden señalarse algunos próximos a la economía (las normas legales, la regulación, la técnica y la tecnología). Otros autores, como T. Bennett, creen descubrir en los modernos estudios culturales una tendencia hacia un mayor pragmatismo, con cierto parentesco con la economía aplicada. Pero sobre todo nuestros citados Lavoie y Chamlee-Wright han señalado lo que destacamos a continuación: «La cultura se encuentra en el fundamento tanto de los procesos de mercado, como de los políticos».

Tras estudiar las actitudes culturales que influyen en tales procesos podríamos encontrarnos en mejor posición para identificar los elementos que perjudican o benefician al progreso económico y social. Las instituciones sociales actúan protegiendo y mejorando nuestros valores positivos y mejorando nuestros niveles de vida... sólo porque existe un conjunto de valores com-

partidos que actúan para la aceptación de las normas que sustentan ambas instituciones.

Entre las explicaciones que, desde la perspectiva de los cultivadores de los estudios culturales, se dan sobre la relativa menor importancia concedida a la economía científica y que, en buena medida, se refleja en el cuadro anterior de Crane pueden destacarse dos:

1) La tendencia de los teóricos de la economía hacia el formalismo. Así, los estudios culturales parecen no mostrar excesivo entusiasmo hacia el empleo de los métodos matemáticos y estadísticos que utiliza, a veces en demasía, la economía. Las obras examinadas de los estudiosos de la cultura quieren destacar los hechos diarios de la vida real sobre cuya consideración discrepan.

2) La tendencia de los analistas de la economía a la búsqueda de leyes universales (las de oferta y demanda, por ejemplo), en tanto que los estudiosos de la cultura tienden a presentar cada cultura como única, enfocándose hacia normas específicas de conducta en las que incluyen las relativas al mercado.

Evidentemente, la construcción de la economía de la cultura, que hemos destacado en el primer epígrafe no ha procedido del mundo de los «estudios de la cultura», al menos en su vertiente de mayor nivel educativo... pero tampoco ha provenido de las principales escuelas económicas, como nos recuerda F. Benhamou. En su repaso de las obras de Smith, Ricardo, Marshall o Keynes, destaca que «pocos economistas se han interesado en el arte o la cultura (entendida esta en el sentido anterior de “alta” cultura). Si a veces lo han hecho, no es tanto en su condición de economistas como en razón de sus inclinaciones por el arte». Ahora bien, destaca también esta especialista, siguiendo un tanto la línea de nuestras primeras consideraciones que «las reflexiones que algunos economistas destacados han dedicado a la economía del arte han permitido establecer los escalones para una aproximación a este campo».

También podemos preguntarnos por otros conceptos de cultura distintos a los procedentes de los «estudios culturales». Ciertamente, como resaltan Beymon y Dunkerley (2000, páginas 13 y siguientes), concepciones como las que hemos examinado, en

buena parte corresponden a la que se ha denominado cultura *hard* (culturas de élites) en contraposición a otra cultura *low* (cultura popular, cultura de masas). Pero, además, destacan estos autores que somos testigos hoy de la existencia de formas que tienen características que cabría calificar de globales y que son objeto de interés por los cultivadores de los estudios culturales (los productos de consumo de masas, las formas de esparcimiento, de vestido, etcétera). Algunas de ellas se consideran en otros epígrafes.

En ese sentido, F. Benhamou (*op. cit.* página 5) ha señalado que la tradición anglosajona de la aludida primera etapa (hasta 1970) estuvo durante mucho tiempo reducida al campo de las artes (teatro, música) y que, así, en su primera etapa la economía de la cultura no se dirigió al estudio de las industrias culturales, quizá por considerarse que las mismas caían dentro de la competencia de la economía industrial. Ahora bien, nos parece claro que hoy se han producido transformaciones en el sentido de que la realidad de la cultura de masas y otros fenómenos han obligado a una modificación de la primera orientación de los estudios culturales.

3. Las industrias de la cultura

En los dos epígrafes anteriores hemos sugerido que el nacimiento del concepto de «economía de la cultura» parece presentar una mayor relación, desde el punto de vista de los economistas, con la que hoy se denomina economía aplicada, que respecto a enfoques de mayor abstracción. Sin embargo, para iniciar esta parte de nuestras consideraciones hemos preferido recordar un texto teórico de un antiguo maestro. Nos referimos a las *Lecciones de Teoría Económica* del profesor Castañeda. En su obra, entre otros conceptos y precisiones afortunadas, se hace mención al tiempo como objeto de atención de la economía, especialmente desde el análisis de la producción. Pero ello no excluye que se encuentren al respecto otro tipo de reflexiones.

Entre las cuestiones que han interesado tradicionalmente a los estudiosos de las ciencias sociales se encuentra la distribu-

ción del tiempo dedicado por sociedades e individuos a las diversas actividades humanas. Pero no sólo eso. Otros análisis se han consagrado también a la valoración de los recursos dedicados y a las formas aplicadas a lo largo de la historia para la realización de esas actividades. Entre los amplios campos que, como hemos puesto de manifiesto, se encuentran en los primeros y sucesivos estudios sobre cultura pueden hallarse los dedicados a medios de producción, comportamiento de los consumidores y un amplio etcétera en el que puede destacarse la «cultura del trabajo».

No resulta extraño que en tales estudios se pueda encontrar un buen número de reflexiones acerca de las vías en que diferentes culturas y en momentos distintos se han preocupado del trabajo y de los ocios, como tampoco que exista una especialidad importante entre los estudios económicos acerca del trabajo. Quizá la consideración de la cultura del trabajo sea más antigua que la del ocio, pero también ésta cuenta con antecedentes filosóficos de tanta raigambre como los existentes en la obra de Aristóteles. Para éste —recuerda Vogel (1998, páginas 4 y siguientes)— «el término ocio supone, a la vez, disponibilidad de tiempo y ausencia de la necesidad de estar ocupado». Un empleo adecuado del mismo podría conducir a las personas —no a todas— a una vida de reflexión y de verdadera felicidad. Claro es que —como Veblen destacaría muchos siglos después— tal consideración no está ampliamente expandida, sino limitada a grupos sociales específicos, e incluso a individuos.

En nuestra época, las consideraciones sobre el tiempo de ocio no se presentan en los términos en que lo hacía el filósofo griego, sino en la línea del examen de lo que llena el uso del tiempo libre. A la ocupación del mismo y a las formas en que diversas sociedades y empresas lo hacen se han dedicado buen número de obras. Así, por ejemplo, en 1981 Sharp (*The Economics of Time*) señalaba que «aunque se haya descrito al tiempo como un recurso escaso en la literatura económica se le ha estudiado de forma muy distinta a la de otros bienes y servicios». Becker, en su análisis de la distribución del tiempo (*Economic Journal*, 1965), habla del coste de la unidad de tiempo como un criterio de valoración por parte de los consumidores. En todo caso, los

economistas ponen de manifiesto que también se puede hablar del ocio desde el punto de vista económico como, por otro lado, lo habían hecho y lo hacen sociólogos, antropólogos y otros cultivadores de las ciencias sociales.

Merece la pena precisar entre las actividades a que se ha aludido las que se han denominado actividades culturales. Throsby (2001, páginas 5 y siguientes) ha indicado al respecto que las mismas poseen una serie de características que nos parece interesante remarcar. Estas serían:

- en su producción debería existir alguna forma de creatividad;
- deben estar relacionadas con la presencia y comunicación de algún significado simbólico;
- su producción se asocia, al menos potencialmente, a alguna forma de propiedad intelectual.

En sus concepciones generales respecto a estos conceptos, los análisis de los estudiosos de la cultura y de la economía coinciden, si bien con diferencias fundamentales en sus enfoques. Claro está que unos y otros se interesan por el trabajo y por el ocio. Pero conviene destacar al respecto, y desde el punto de vista de los economistas, algunos temas. En los estudios que lleva a cabo la OCDE respecto a los países que la componen y publicados en el *OCDE Employment Outlook* se pone de manifiesto la evolución del número medio de horas semanales trabajadas en los distintos sectores, su relación con la productividad, etcétera. Se puede observar que, en general, desde los años 70 del siglo XX se ha producido un incremento de las horas dedicadas al ocio en los países miembros de la citada organización.

En estos análisis se resalta también el valor económico del conjunto de actividades sociales que, en líneas generales, se encaminan a llenar el tiempo dedicado al ocio. Entre ellas ocupan buena parte de las consideraciones las denominadas «industrias de la cultura». Claro es que también en estudios de la vida económica relativos al trabajo pueden encontrarse reflexiones dedicadas a actividades con objetivos culturales. Estas industrias también proporcionan empleo, que requieren recursos de diversos tipos para ser llevadas a cabo, etcétera. Por ello,

no resulta extraño que en algunos casos se haya justificado la consideración de la economía de la cultura dentro de las actividades industriales, a las que nos referimos en el apartado 1.

Dentro de los ámbitos de la economía de la cultura podemos encontrar trabajos que se refieren a los consumidores, sean éstos objetivos característicos de las culturas de masas o de las culturas «altas», así como también estudios referidos a las formas de producción de bienes culturales, a las especificidades de los aspectos conexos (las intervenciones públicas, por ejemplo) y otros tipos de consideraciones más o menos precisas. En estos órdenes hemos encontrado, sin duda, un mayor número de trabajos relacionados con la economía aplicada que con la teoría económica «dura».

Como ejemplo de este tipo de estudios y con todas las precauciones con que han de llevarse a cabo las comparaciones entre países, pero considerando que se trata de un aceptable indicador de tendencias hemos recogido en el Cuadro 2 dos grandes líneas de informaciones. Por una parte, el estudio realizado sobre la población norteamericana, mayor de edad, que refleja en ese cuadro el aumento en el número de horas dedicadas a actividades de ocio medidas por su cuantía anual. Entre 1970 y 1995 pasaron de 2.635 a 3.407 horas. Ello se traduce también en el incremento en el número de horas semanales y diarias destinadas a las actividades que se indican en la primera columna. Las primeras pasaron de 50,7 a 65,5 y las últimas de 7,2 a 9,3. Pensamos que esta tendencia también viene confirmada en otros estudios relativos a otros países del ámbito occidental. Ello se debería especialmente a los notables incrementos en la productividad y a las nuevas formas de organización del trabajo, que han contribuido a reducir las necesidades de presencia física del trabajador en los lugares habituales de trabajo.

El Cuadro 2 pone también de manifiesto otras informaciones significativas. Una de ellas se refiere a las formas en que los individuos distribuyen los períodos de tiempo que dedican al ocio. Como puede observarse, hay una columna en la que se enumeran diversos conceptos de atención, buena parte de los cuales habrán de ser satisfechos a través de las acciones directas e indirectas de las empresas dedicadas a actividades cultura-

les en el sentido amplio que hemos indicado anteriormente. La segunda expresa la intensidad de la dedicación, manifestada a través del porcentaje que ocupa cada uno de los conceptos. Resulta fácil comprobar que para los norteamericanos prácticamente el 50 por 100 de su tiempo de ocio está ocupado en televisión y algo más del 30 por 100 en radio. Evidentemente los datos anteriores y su evolución permiten obtener consecuencias importantes que se salen del ámbito de estas consideraciones introductorias.

Por último, el Cuadro 2, aun con limitaciones evidentes, permite extraer unas primeras ideas acerca del dinamismo de los fenómenos considerados. Destaquemos que, en el período de 25 años a que el mismo se refiere, prácticamente se mantiene el número de horas dedicadas a televisión y radio, mientras que se observa una disminución del tiempo destinado al examen de la prensa diaria y de la revistas. Otras actividades que están muy relacionadas con el nacimiento de la economía de la cultura (teatros, cines, museos, espectáculos deportivos, etcétera) van ocupando muchísimo menos tiempo de los períodos de ocio. Nos hemos atrevido a hacer alguna comparación y, así, aun con todas las precauciones que deben adoptarse respecto a datos de países diversos, podemos destacar que el informe anual de la comunicación en España que realiza el profesor Díaz Nosty señala que en nuestro país el número de horas anuales dedicadas por el espectador a contemplar la televisión era en 1998 de 1.248, lo que parecería mostrar una cierta similitud en ese orden con el modelo norteamericano.

También resulta ilustrativo el Cuadro 3, en el que se recoge la evolución de los gastos de los consumidores en aquellas actividades con que se llenan los tiempos dedicados al ocio y con datos también obtenidos para el caso de Estados Unidos. Encontramos en su primera línea horizontal cifras totales (cuya evolución indica que se ha pasado de 93,8 millones de dólares en 1970 a 395,5 en 1995), las cuales se corresponden con las actividades definidas en la primera columna. En la segunda fila, los datos recogen el gasto que las actividades recreativas significan con respecto al total de gastos consuntivos de las familias. En este orden, ha de señalarse una clara tendencia al aumento,

CUADRO 2

**ESTIMACION DEL TIEMPO DEDICADO A
ACTIVIDADES NO LABORALES
EN 1970 Y 1995**

Actividad	Horas anuales		Porcentajes	
	1970	1995	1970	1995
Televisión.....	1.226	1.575	46,5	46,2
- Afiliadas a la red.....		836		24,5
- Estaciones independientes.....		183		5,4
- Por cable.....		468		13,7
- De pago.....		88		2,6
Radio.....	872	1.091	33,1	32,0
- Local.....		442		13,0
- No local.....		649		19,0
Periódicos.....	218	165	8,3	4,8
Discos y Cintas.....	68	289	2,6	8,5
Revistas.....	170	84	6,5	2,5
Libros.....	65	99	2,5	2,9
Cine:				
- Público.....	10	12	0,4	0,4
- Video en casa.....		45		1,3
Espectáculos deportivos.....	3	14	0,1	0,4
Juegos de video:				
- En local.....		4		0,1
- En casa.....		24		0,7
Acontecimientos culturales.....	3	5	0,1	0,1
Total.....	2.635	3.407	100	100
Horas semanales (media).....	50,7	65,5		
Horas diarias (media).....	7,2	9,3		

FUENTE: Oficina de análisis económico Wilkofsky Gruen Associates, recogido en H. L. VOGEL *Entertainment Industry Economics*.

CUADRO 3

**GASTO DE LOS INDIVIDUOS EN ACTIVIDADES
RECREATIVAS
(Período 1970-1995, en dólares de 1992)**

Tipo de producto o servicio	1970	1980	1985	1990	1995
Gastos en actividades recreativas (millones \$).....	93,8	189,7	215,8	291,8	395,5
% sobre total gastos de consumo.....	4,3	5,3	6,1	7,1	8,6
Libros y mapas.....	12,8	12,5	13,9	17,6	19,4
Revistas y periódicos.....	16,7	23,3	21,7	23,8	23,0
Juguetes y material deportivo no duradero.....	10,8	20,1	25,7	32,6	41,8
Juguetes y equipo deportivo duradero.....	11,7	21,4	25,2	31,2	42,1
Receptores de radio, TV, instrumentos musicales y discos.....	3,2	4,1	4,0	4,6	4,6
Gastos en reparación de radio y TV.....	3,2	4,1	4,0	4,6	4,6
Flores, semillas y plantas.....	4,8	7,0	8,7	12,5	13,5
Entradas en diversiones públicas:.....	10,9	13,1	14,2	16,5	18,0
- Salas de cine.....	5,5	5,1	4,7	5,6	5,1
- Teatros, ópera y actividades ONG.....	1,7	3,5	4,7	6,1	8,1
- Espectáculos deportivos.....	3,7	4,5	4,8	4,8	4,8
Clubes comerciales.....	4,5	4,8	7,5	9,5	11,7
Otros (billares, boleras, patinaje).....	7,7	15,3	20,0	24,9	33,9
Otros (loterías, apuestas).....	18,0	37,0	56,8	72,0	85,1

FUENTE: Estadísticas de U.S: Bureau of Economic Analysis, recogidas en H. L. VOGEL *Entertainment Industry Economics*.

puesto que pasaron de un 4,3 por 100 en 1970 a cerca de un 10 por 100 (8,6 por 100) en 1995.

Claro es que toda distribución de gastos refleja diferentes estilos de vida y que su evolución también puede reflejar modificaciones no sólo económicas, las cuales deberían analizarse desde diferentes perspectivas. En este número de *Información Comercial Española* se estudian algunos datos referentes a España. Como una primera idea, el incremento de las cifras justifica la especialización de ciertas industrias en actividades culturales. Su mercado, por cierto, no se limita al nacional, puesto que dichas industrias también llevan a cabo tareas de exportación/importación,

ni tampoco la demanda de sus productos y servicios se circunscribe a las fronteras nacionales. Es el caso significativo de la industria editorial, que produce libros y otros artículos necesarios para actividades que no son sólo recreativas (pensemos en los libros de texto y de consulta) y de otras industrias.

En todo caso, este tipo de estudios sirve de pórtico para un considerable número de estudios sobre diversos aspectos económico-financieros de industrias y actividades culturales, así como a la visión de las modificaciones que las mismas manifiestan en su evolución en el tiempo. Así, por ejemplo, en el citado libro de Vogel sobre las industrias dedicadas a tareas de ocio se

habla de las actividades de las empresas cinematográficas y de televisión, la radio, las editoriales, los juegos o la música grabada, a las que denomina actividades relacionadas con los medios de comunicación; pero también analiza aspectos económico-financieros en las actividades definidas como de entretenimiento «en vivo» (casinos, deportes, orquestas, teatros, parques temáticos). ¿Se cierra con esta relación —u otras clasificaciones— la enumeración de las industrias de la cultura como el exponente de la «economía de la cultura»? Pensamos que no. Aun teniendo tales industrias un alto significado dentro de la misma, nos parece que resulta imprescindible tomar en consideración otros aspectos, algunos de los cuales se presentan en los restantes epígrafes de este trabajo.

4. Elementos para un análisis económico de la cultura

En pocos aspectos de la economía aplicada se encuentra la diversidad de enfoques que en los relativos a una economía de la cultura y/o del arte en los sentidos a que se han referido anteriores epígrafes. Así, por ejemplo, Frey (2000, páginas 20 y siguientes) señala que las combinaciones de ambos conceptos —economía y cultura— pueden dirigirse a objetivos dispares:

1) Al análisis de los aspectos materiales de las actividades culturales, entre los que constituirían un núcleo esencial los comerciales. En este sentido, encontrarían un acomodo lógico buena parte de las consideraciones realizadas en el epígrafe precedente.

2) La aplicación de la metodología económica o, como prefiere denominarla Frey, de la elección racional a la cultura. Este enfoque permitiría consideraciones más cercanas al análisis económico puro, reservando el anteriormente indicado para estudios económicos de mayor proximidad a los sociológicos.

F. Benhamou (*op. cit.*, páginas 20 y siguientes) ha puesto de manifiesto que los consumos culturales no se prestan bien a análisis económicos en el sentido más estricto de la metodología económica, en la medida en que los mismos son más sensibles a consideraciones psicológicas o sociológicas. Por ello los análisis elementales del tipo de búsqueda de similitudes de fondo —entre economía, arte y cultura— (se satisfacen median-

te bienes escasos que proporcionan utilidad a los demandantes y necesitan recursos para su creación) no dejan de pasar de una cierta anécdota.

D. Throsby (2001, páginas 10 y siguientes) ha indicado que «las relaciones y procesos culturales pueden ser considerados dentro de un entorno económico e interpretado económicamente». Así, las interacciones culturales (creencias, valores, costumbres, etcétera, compartidas por un grupo) podrían considerarse como transacciones o intercambios de bienes simbólicos o materiales dentro de una estructura económica. La consideración de la cultura desde perspectivas funcionales en las que se destaca los conceptos de actividad llevaría a las reflexiones que realizamos en el epígrafe anterior («industria cultural», concepto atribuido a Th. Adorno y a la «escuela de Francfort»).

En todo caso, esta breve enumeración de trabajos de algunos economistas de la cultura pone de manifiesto en otro más de los órdenes de consideración de la economía científica la influencia del paradigma neoclásico, y como suele ocurrir unos autores lo emplean y otros lo critican. En una aplicación elemental y siguiendo el esquema, el supuesto de racionalidad del consumidor llevaría a una clasificación de las necesidades y a una aplicación de sus rentas de forma que se consiga una situación óptima cuando la utilidad marginal se iguale al precio. Para algunos, en la medida en que en los bienes culturales haya que pagar por una entrada de teatro, etcétera, podrían aplicarse criterios de mercado. Ahora bien, en los bienes culturales se registra un comportamiento que no casa con los principios tradicionales. En efecto, empleando un ejemplo tradicional (el del tiempo que el visitante de un museo pasa ante una obra de arte) algunos autores señalan un comportamiento de la utilidad distinto al tradicional.

Por ello algunos economistas institucionalistas del prestigio de Becker y Stigler han introducido en sus análisis consideraciones distintas al paradigma neoclásico en lo que al consumo se refiere. El consumidor sería un agente activo que obtiene su satisfacción partiendo de elementos tales como el tiempo o el capital humano. Introducen en sus estudios conceptos como la evolución de los gustos o preferencias. Como ha señalado F. Benhamou, los consumos culturales procederían de movimien-

tos contradictorios. Por un lado, cuando el *stock* de capital humano de una persona y, en especial, su nivel de educación aumente, se incrementan también la productividad de su trabajo y el salario. El coste de oportunidad del tiempo gastado en actividades culturales (esto es, la pérdida de ganancias que resultaría de la renuncia a practicar actividades remuneradas) se eleva. En ese sentido el análisis económico asimila el coste de oportunidad al tipo de salario; pero, en sentido inverso, el consumidor que posee un *stock* de capital humano de más importancia tiene más eficacia en su producción de placer cultural, disminuyendo el coste asociado a las prácticas culturales.

Como parece lógico, estas primeras consideraciones apuntan que buena parte de los economistas que han examinado nuestro tema se han inclinado a realizar análisis basados en primer término en la demanda y en la oferta, así como en los denominados mercados del arte. Destaquemos algunos de los rasgos de estos conceptos.

1) ¿Cómo puede estudiarse la demanda? En unos casos, puede decirse que se refleja a través de los precios pagados por determinados acontecimientos (una subasta de obras de arte, una entrada para un determinado espectáculo, etcétera). En otros, a través de métodos diversos (muestreos, juegos con limitación presupuestaria, costes de transporte, etcétera). Es de destacar también el refinamiento que introduce un modelo elaborado por Becker y Stigler, basado en una función de utilidad que combina tiempo, capital humano y bienes adquiridos en el mercado, entre los que se encontraría el placer musical. (Con el atractivo título «*De gustibus non est disputandum*», el modelo de referencia se publicó en 1977). Pero, además, en otras consideraciones los elementos que han de conectarse con la demanda introducen conceptos complejos como la naturaleza de las condiciones de trabajo, los efectos de la fatiga del trabajador, la disponibilidad de oportunidades educativas, los impuestos y la política de gasto, etcétera.

2) También se han llevado a cabo interesantes estudios desde el lado de la oferta. Buena parte de ellos (Frey, Benhamou, Vogel, etcétera) han querido analizar el sentido no sólo económico de la vida de los artistas. En este orden, suele distinguirse

entre artistas autónomos (concepto que sigue planteando cuestiones de definición de solución no fácil) que se resume en la expresión «irracionalidad aparente de la elección de una carrera arriesgada» (Benhamou, página 121) y artistas incluidos en organizaciones. Al igual que ocurre en la demanda, se encuentran estudios que suponen una mayor preocupación formal. Uno de ellos es el modelo de distribución del tiempo de un artista, elaborado por Throsby en 1994 y que combina la satisfacción de necesidades elementales, las remuneraciones y la aludida distribución de tiempo (entre el dedicado a trabajos artísticos y el que no tiene ese objetivo).

También —y en referencia a las industrias culturales— podemos encontrar análisis relativos a las barreras a la entrada. Estas se clasificarían en cuatro categorías importantes: el capital, el *know-how*, las regulaciones públicas y la competencia en precios.

3) Probablemente sean los aspectos relacionados con el mercado los que hayan suscitado mayor cantidad de trabajos. A estos efectos, en una primera serie de trabajos que se sitúan en los años 60-70 del siglo XX, se suele distinguir entre «arte creador», «arte de representación» y «patrimonio cultural». Recordemos que una de las primeras aportaciones en el orden que estudiamos fue la de Baumol y Bowen, que analizaron en 1966 el problema de las necesidades financieras de los teatros por encargo de la fundación Ford. Su modelo señala algunas características: i) en las economías se encuentra un sector «arcaico» en el que no existen ganancias de productividad y al cual pertenecerán el «arte de representación», y un sector «progresista»; ii) el coste de trabajo por unidad de producto aumenta en el sector arcaico; iii) existencia de una demanda elástica (al aumentar los precios disminuye la asistencia a los espectáculos). Dado que los salarios se establecen en el sector progresista, en condiciones de flexibilidad del mercado de trabajo existirá un crecimiento permanente de los costes relativos al arte de representación que sólo podría ser compensado con un aumento de los precios de las entradas. Como la demanda es elástica, se produciría una disminución del número de espectadores. Se ha calificado a este modelo como de «fatalidad de los costes» y su con-

trastación empírica ha sido llevada a cabo por diversos autores. Alrededor de este núcleo central han ido desarrollándose buen número de trabajos que han destacado cuestiones de gran interés. Por un lado, se encuentran las relativas al tratamiento de las actividades de museos (por cierto, también objeto de atención de los especialistas en marketing), a las diversas formas de adquisición de obras de arte (especialmente, las subastas) o al patrimonio histórico-artístico. Por otra, a diversos aspectos de las intervenciones públicas iniciadas, como ya se señaló en el primer epígrafe, por el estudio de las subvenciones. No es de extrañar tampoco que buen número de textos se refieran a políticas culturales y a las diversas formas que éstas revisten. En buen número de casos, el lector de este número encontrará su tratamiento aplicado preferentemente al caso español.

4) Un tema tradicional en la literatura económica —el relativo a comercio exterior— también ha encontrado algunos cultivadores en el mundo de la economía de la cultura. La discusión acerca de la consideración de los bienes culturales como distintos en alguna medida a todos los demás también se encuentra en el dominio de los intercambios internacionales. Además de las referencias a la «excepción cultural» que se relaciona con el GATT, en algún tratado de libre comercio como el que se discutió y firmó entre Estados Unidos y Canadá a fines de los años 80 se planteó muy seriamente esta cuestión. Seaman, Kesten, Crane y un largo etcétera de autores se unían en este caso a una tradición de tratadistas de las señas nacionales de una cultura a la que la apertura de fronteras perjudicaría. Creemos encontrar en estos trabajos dos líneas argumentales. Por una parte, aquellos autores que intentan sea de aplicación a los bienes culturales el conjunto de argumentos que se han ido creando a lo largo del tiempo en justificación de las medidas especiales de protección (el argumento de la industria naciente, el del empleo o el poder monopolístico que origina la posibilidad de mejorar la relación de cambio), así como los desarrollos más recientes (la teoría estratégica, etcétera). Por otra, los que piensan que habría que buscar en razones no económicas la justificación de la protección a los bienes culturales. En todo caso, en buena parte de las obras de los economistas no suelen encontrar razo-

nes de diferenciación en el comercio de bienes culturales respecto a los siderúrgicos u otros. Un elemento a considerar también en el comercio exterior de estos productos desde una perspectiva cuantitativa sería —en nuestra opinión— la valoración de la imagen de país de los países exportadores. Pero la enumeración de las que se consideran industrias culturales —y, por un fenómeno de extensión, «cultura»— en el acuerdo Canadá-Estados Unidos permite limitar el tema de que sean «industrias» culturales. Entrarían en su ámbito películas cinematográficas y videos, registros de sonido y música, la transmisión por cable y la radio, las cuales se excluirían de la liberalización comercial. Las discusiones acerca de las razones de esta excepción llenaron —y lo siguen haciendo— muchas horas.

5) Para cerrar estas mínimas referencias a los análisis económicos de la cultura nos parece importante destacar la que consideramos una interesante y prometedora línea de investigación, la cual se encuentra magníficamente tratada en la obra más reciente de cuantas hemos citado en estas consideraciones. (Nos referimos a *Economics and Culture* de Throsby). Consiste en algo muy grato para los economistas, pues está unido al nacimiento de la disciplina: retomar la consideración del valor. Propone, al respecto, estudiar un «valor cultural». Para él, las ideas fundamentales acerca de preferencias y de elección, que son comunes a la teoría cultural y a la económica podían ser un punto de partida, puesto que las divergencias surgen al transformar un valor en precio (economía) o en algún tipo de evaluación del valor cultural. Ciertamente, «las dimensiones del valor cultural y los métodos que pudieran emplearse en su evaluación son cuestiones que deben originarse desde un discurso cultural... incluso aunque en alguna cuestión pudiera utilizarse los propios del pensamiento económico para modelizarlos (Throsby, *op. cit.*, página 26). Las divergencias surgen cuando se busca una transposición a los precios. Ahora bien, en todo proceso de decisión económica —y en ámbitos cada vez más amplios, como muestra la reciente «conversión» de los proyectos financiados por el Banco Mundial, que incluirían entre los factores a estimar la dimensión cultural—, el valor cultural (aún sin definición precisa) debería ser considerado a la vez que el económico. La apli-

cación de este esquema en órdenes diversos (como, por ejemplo, ocurre entre los economistas de la cultura que estudian los museos) nos parece un camino al que ha de calificarse, como mínimo, de prometedor.

5. Aspectos internacionales de la economía de la cultura

En el epígrafe anterior nos hemos referido a algunas de las maneras en que las relaciones económicas internacionales del siglo XX se han ocupado de aspectos concernientes a la economía de la cultura. Dedicaremos este epígrafe especialmente a otros aspectos: las vías en que la Organización Mundial del Comercio ha regulado temas correspondientes en mayor o menor grado a asuntos culturales. Consideraremos así: 1) cuestiones relacionadas con los bienes producidos por las industrias culturales; 2) mencionaremos los servicios culturales y, en especial, la «excepción cultural»; 3) nos referiremos al Acuerdo Multilateral sobre Derechos de la Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (conocido por sus siglas ADPIC o TRIPS, en inglés); 4) finalmente, esbozaremos en el epígrafe algunos aspectos de la globalización de la economía y la globalización de la cultura.

Bienes producidos por las industrias culturales

Entre las materias destinatarias del establecimiento del sistema económico internacional posterior a la II Guerra Mundial destacan tres, objeto de alguna de las formas de la cooperación internacional entonces iniciada: la monetaria (internacional, con efectos en las regulaciones nacionales), la reconstrucción de las economías asoladas por el conflicto y las políticas comerciales. Como es sobradamente conocido, las circunstancias que concurrieron en el nacimiento de las organizaciones internacionales postbélicas llevaron a concretar en dos instituciones (FMI y Banco Mundial) la responsabilidad de las dos primeras, mientras que la tercera se limitaría inicialmente a la negociación y puesta en marcha de un acuerdo multilateral entre poderes ejecutivos de una veintena de países conocido por sus siglas de GATT.

Recordemos muy brevemente que, según dicho Acuerdo, los principios pactados que habrían de regir las políticas públicas con efecto sobre las políticas comerciales serían: a) el de no discriminación, exigido histórica y lógicamente como reacción a las políticas que se habían practicado en las décadas de los 20 y los 30 del pasado siglo XX; b) los de transparencia y publicidad. Todos ellos conformarían un mosaico en el que también formaban parte un conjunto de cláusulas (nación más favorecida, igualdad de trato, consolidación, etcétera) y unos compromisos de negociación (respecto a las ventajas recíprocas).

Como idea general, debemos destacar que los productos de las industrias culturales (los bienes culturales) y en cuanto se refiere a sus intercambios internacionales no quedaban distinguidos de los demás productos. Ello ha de destacarse en dos de los principales temas incluidos en el GATT: la protección frente a las importaciones de bienes similares, que había de hacerse preferentemente por medio de derechos arancelarios, en primer lugar; y, en segundo, su inclusión en las rondas de negociación dirigidas especialmente a la fijación de tales derechos (consolidaciones o reducciones). Nos parece que, al respecto, debería ser objeto de un trabajo de mayor extensión que éste la influencia del GATT en la expansión del comercio internacional de estos productos. También nos parece del mayor interés, aunque aquí nos hemos de limitar a indicar la conveniencia de la investigación, llevar a cabo una valoración de los efectos de la expansión de estos intercambios sobre las imágenes exteriores de los países afectados.

Pero la creación del GATT coincidió con una etapa de apogeo de la industria cinematográfica norteamericana y, desde su nacimiento, se observa por parte de algunos países europeos, especialmente Francia, el propósito de defender frente a ella su propia industria cinematográfica. Para ello —y en una historia que hemos resumido en nuestro trabajo sobre las cuotas de pantalla citado en la bibliografía— se negociaría y se conseguiría una excepción a los principios antes citados. Esta excepción se formula en el artículo IV del GATT, que hace posible, en ciertas condiciones, el mantenimiento de las cuotas

de pantalla existentes en 1947. Esta primera experiencia resaltaría el interés de un concepto que, a lo largo del medio siglo transcurrido, se evidenciaría en diferentes momentos (las cuotas para productos televisivos o las negociaciones de servicios culturales, como principales ejemplos). A esta excepción al principio general de igualdad de trato se la ha conocido como «excepción cultural», si bien debemos indicar que la misma tiene un alcance precisamente limitado a productos de las industrias cinematográfica y televisiva. Cabe deducir de cuanto se ha escrito que tal excepción estaba basada en argumentos tales como la defensa de la identidad cultural de un país o la política lingüística del mismo y se materializaría en la no aplicación del régimen general comercial a las importaciones de los citados productos.

Los servicios culturales y la «excepción cultural»

Probablemente la inclusión de una regulación del régimen comercial aplicable al comercio de servicios (acuerdo GATS) entre las disciplinas multilaterales del tratado creador de la OMC fue presentada en 1994 en el acta de Marrakech como uno de los logros principales de la última ronda del GATT (Ronda Uruguay). Los años transcurridos desde entonces han permitido una valoración más serena de sus logros y de sus deficiencias. Ahora bien, queremos destacar que el propio texto del Acuerdo GATS prevé para el año 2000 una decisión respecto a su prolongación en el tiempo. (A este propósito queremos resaltar que esta cuestión se presentó, a nuestra forma de entender de una manera equívoca, en la Conferencia de Seattle de diciembre de 1999). Del GATS caben destacar, en cuanto se refiere a los servicios culturales dos aspectos: los relativos al marco general (el *corpus* de los derechos y obligaciones) y los compromisos específicos.

Dentro del primero de ellos —el marco general— hemos de resaltar que se encuentran en él principios comerciales de gran tradición, que son compartidos por los Acuerdos Multilaterales de Mercancías y el de Servicios, a saber, el de nación más favorecida y el de transparencia, con sus excepciones. Pero es en el

dominio de los compromisos específicos donde pueden encontrarse los aspectos más destacados respecto a servicios culturales. En efecto, como consecuencia de las negociaciones sobre estas materias entre los miembros de la OMC, éstos han ido pactando desde 1994 unas listas de compromisos, las cuales se estructuran de la forma siguiente: para los sectores incluidos por cada país y respecto a cada una de las cuatro formas de prestación de servicios en el exterior (transfronterá; consumo en el exterior; presencia comercial y prestación de servicios por parte de personas físicas), cada país ha definido, en sentido negativo, las limitaciones que presentan respecto a acceso a mercados y a trato nacional. (En sentido positivo, la no inclusión supone la liberalización).

Pues bien, como han reconocido muchos tratadistas de prestigio en estas cuestiones, incluyendo entre ellos a notables autores franceses, no existen excepciones respecto al alcance de las obligaciones asumidas en relación con los servicios comercializables. Han escrito al respecto Carreau y Julliard: «en contra de lo que se escribe con frecuencia, ninguna excepción cultural del tipo de la que se encuentra en el tratado NAFTA se incluyó en el GATT. Si el sector de la cultura —y esto se debatió vivamente al final de las negociaciones de la ronda Uruguay— quedó excluido de las negociaciones destinadas a la liberalización, esto sólo se debió a una decisión política pura y simple, debida a las circunstancias de la época y no a falta de competencia del GATS en la materia».

La «excepción cultural», que básicamente se dirige a los servicios audiovisuales, con parentesco evidente con las normas relativas a cuotas de pantalla del GATT, ha sido objeto de numerosas controversias, no sólo respecto a la inclusión del tema en las negociaciones sobre liberalización sino en relación con los argumentos esgrimidos. Al debate hemos contribuido modestamente y, en todo caso, nos parece fundamental resaltar que son decisiones de orden político las que han enmarcado una discusión que no dejará de plantearse en cualquier futura negociación relativa a la ampliación de los compromisos específicos de liberalización a que nos hemos referido.

El Acuerdo Multilateral sobre Derechos de la Propiedad relacionados con el comercio (Acuerdo TRIPS)

El tercer grupo de cuestiones que, dentro del sistema OMC, afectan en nuestra opinión a aspectos culturales se refiere a los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el comercio (DPI). Aunque hoy puede disponerse de un considerable número de trabajos dedicados al análisis de estos temas (por ejemplo, las ya clásicas de Carreau y Juillard, las de Hoekman o Primo Braga), en unas primeras consideraciones sobre economía de la cultura y sus aspectos internacionales nos ha parecido importante destacar algunos de éstos.

El Acuerdo, que forma parte de los cinco de carácter multilateral que administra la OMC pretende armonizar y reforzar las formas y sistemas de protección de la propiedad intelectual que han creado los miembros de la OMC sin que las mismas constituyan obstáculo al comercio. Cabe subrayar que el Acuerdo no define los DPI, si bien realiza una enumeración inicial de los mismos en orden a determinar su alcance. Se incluyen así los derechos de autor y derechos conexos, las marcas de fábrica y de comercio, las indicaciones geográficas, los dibujos y modelos industriales, las patentes, los esquemas de trazado (topografías) de circuitos integrados, así como la protección de la información no divulgada. En términos resumidos, Carreau y Juillard indican que se trata de «las obras del espíritu humano que alcanzan a la creación literaria o artística, a los inventos con aplicación industrial y a los procedimientos de comercialización» o en otras técnicas a las que se ha definido como propias de actividades culturales.

El Acuerdo presenta varias características que debemos destacar: a) sólo impone a los miembros de la OMC (que, eso sí, deben aceptarlo en su integridad, como ocurre también con los restantes Acuerdos multilaterales que integran el sistema) un conjunto de normas mínimas que habrán de incorporar a sus legislaciones nacionales según los métodos propios de cada país, pero dejando abierta una puerta a normas de protección de mayor nivel de exigencia; b) la protección de los DPI se realiza a través de la conjunción de las normas legales preexistentes

sobre la materia y de los principios básicos del sistema; c) plantea también un marco de disciplinas y de principios para tratar adecuadamente las cuestiones de falsificación y piratería; d) busca, en definitiva, la armonización de los distintos regímenes nacionales de protección de la propiedad intelectual.

En lo que se refiere a los principios —o, como prefieren denominarlos los citados Carreau y Juillard (1998, páginas 166 y siguientes), las reglas de protección— pueden hallarse los tradicionales del sistema GATT con carácter general. Además, se encuentran normas específicas para cada uno de los conceptos antes enumerados.

El principio de trato nacional (igualdad de trato a nacionales y extranjeros) adquiere en el ADPIC un alcance superior al de otros acuerdos internacionales anteriores sobre aspectos de la propiedad intelectual. En efecto, no se refiere sólo a la protección de los DPI sino también a su ejercicio. El principio se aplica a los nacionales de todos los países miembros y, como excepción al mismo, incluye los supuestos previstos en la legislación internacional (a la que, como hemos dicho, busca armonizar).

Se ha destacado como una gran novedad del Acuerdo la inclusión de la cláusula de nación más favorecida, tradicionalmente aplicada al comercio internacional de mercancías, entendida de la manera incondicional propia del GATT. Como resulta evidente de su aplicación, la misma se dirige a evitar las discriminaciones entre los países miembros que, en este caso, pudieran resultar de acuerdos bilaterales. Pero también hay que señalar una serie de excepciones a esa aplicación que limitan su alcance. También se ha criticado del Acuerdo que no se dé una solución a la cuestión del agotamiento de los DPI.

Los principales tratadistas del Acuerdo han subrayado que una de sus mayores aportaciones radica en las vías con que pretende hacer efectivo su cumplimiento, y esto como solución a las deficiencias de las normas previamente existentes que no han sido especialmente eficaces y que han permitido la proliferación de prácticas perjudiciales para el comercio (por ejemplo, la falsificación). En este orden, el ADPIC establece los instrumentos que enumeramos a continuación: a) las obligaciones de todos los miembros de la OMC de hacer respetar en sus orde-

namientos los DPI, señalando al respecto un conjunto de condiciones que deben cumplir las administraciones y los tribunales de justicia de tales miembros; b) los sistemas ya experimentados en otros Acuerdos del complejo OMC, que fluctúan desde el establecimiento de un Consejo específico en que están presentes todos los miembros de la OMC a la aplicación del sistema de solución de diferencias de la OMC. Al respecto, entre febrero de 1996 y julio de 1999 se habían presentado una veintena de casos relativos a DPI, cuyo análisis pormenorizado demuestra un grado razonable de eficacia; c) la articulación de las acciones de la OMC con las de otras instituciones internacionales, especialmente la OMPI.

Al igual que ocurriera con otras áreas de los Acuerdos incluidos en el sistema OMC, la preparación y desarrollo de la conferencia de Seattle (diciembre de 1999) y la continua evolución en las actividades que exigen protección (piénsese en los recursos genéticos, por ejemplo) ha permitido desprender la impresión general de que el ADPIC-1994 constituye un primer paso importante en un camino de cooperación internacional en materia de especial complejidad en el mundo cultural.

La globalización de la cultura

Aunque el tema de la globalización ha llenado —y continúa llenando— multitud de escritos y sigue siendo objeto de una pluralidad de estudios cuyo análisis desborda con mucho los límites de este trabajo nos ha parecido imprescindible recoger en este epígrafe algunas reflexiones sobre el mismo. De forma similar a la que hemos señalado en relación con otros temas, el análisis de la globalización como concepto y como fenómeno con efectos sobre la vida social permitirá apreciar ciertas consideraciones genéricas e intereses compartidos entre cultura y economía. Posiblemente, como en los casos antes señalados, ahí terminan, al menos por ahora, las similitudes.

Como no podía menos de suceder, disponemos de una amplísima literatura sobre globalización y sus efectos en la cultura. De forma muy simplificada podría caracterizarse la cuestión por sus límites, por otra parte bien conocidos. En un extremo, buen

número de trabajos destacan que las corrientes crecientes —e, incluso, aceleradamente crecientes— de mensajes y símbolos, de informaciones y de valores, con una consideración especial de los medios, así como la de bienes de todo tipo (entre ellos los culturales) están produciendo una serie de efectos sobre las diferencias culturales, con tendencia a su reducción. La gran cuestión que plantean Throsby (*op. cit.*, página 156) y otros autores (Featherstone, Axford, Appadurai y un largo etcétera) puede expresarse del siguiente modo: ¿el proceso haría que los rasgos característicos de las distintas culturas se fuesen borrando para ser reemplazados por un conjunto universal de símbolos y significados? Hay que añadir que tales consideraciones suelen estar asociadas a la llamada occidentalización del mundo y que ha sido calificada también como una forma de imperialismo cultural.

En el otro extremo se ha destacado que la presión de fuerzas externas puede hacer más importantes no sólo la resistencia de muchos grupos a la homogeneización y a incrementar los signos de sus identidades culturales. En cierta medida, la diversidad cultural, característica de la especie humana, podría hacer surgir nuevas fórmulas culturales. Se registrarían, además, los que se han denominado procesos de «hibridación».

En un buen resumen, R. Holton, quien en *Globalization and Nation-State* se sitúa en una posición intermedia, señala: «El repertorio global no ha de ser visto como un paraíso para el consumidor o un *smörgasbord* intercultural que alegre la vida, pero tampoco como un sistema de denominación de arriba a abajo. Y lo sabemos no porque lo digan así voces occidentales optimistas y privilegiadas, sino porque es coherente con las acciones y creencias de un amplio conjunto de voces globales tanto de dentro como de fuera de Occidente».

Respecto a la globalización (o mundialización como prefieren denominar al fenómeno los autores franceses), las aportaciones de los economistas son al menos tan numerosas como las efectuadas por los estudiosos de la cultura.

En su manual sobre globalización, Levy-Livermore la ha descrito como un proceso en el que quedan trastocados los límites nacionales de la actividad económica para facilitar accesos más

libres a la tecnología, a los mercados de factores y productos y a una amplia gama de gustos y costumbres humanas, facilitando un grado aún mayor de integración de la economía mundial. Tales procesos se han acelerado como consecuencia del desarrollo de las nuevas tecnologías de la comunicación y el transporte. También los procesos experimentan retrocesos como consecuencia de la resistencia de las sociedades al cambio y de la aversión de los individuos a la inseguridad y al riesgo en sus ingresos o empleo.

Son procesos en los que se registran conflictos entre liberalización económica y diferencias sociales, entre sentimientos nacionales y los de ámbitos más amplios. En ellos parece apreciarse en los últimos tiempos una creciente conciencia de los beneficios que pueden surgir de una mayor libertad de movimientos de capitales, mano de obra, mercancías y servicios por encima de las fronteras nacionales, así como también de la uniformidad de normas aplicadas a la producción y al consumo.

En su origen se han identificado diferentes factores. Hay que citar la gran crisis del sistema financiero internacional creado en Bretton Woods a la que cabe asociar el movimiento posterior de liberalización de los movimientos de capital. A ella pueden añadirse las situaciones que afectaron a producciones tradicionales de muchos países avanzados (textiles, siderurgia, construcción naval, etcétera). Por último, en palabras de nuestro citado Usunier «las formas en que las empresas —y en concreto las multinacionales— han construido sus políticas de marketing».

Nos parece que, en todo caso, una limitación de la riqueza conceptual asociada a la mundialización refiriéndola solamente a las formas de organización de las tareas productivas es excesivamente simplista. Creemos advertir en las obras de economistas como la ya señalada de Levy-Livermore una tendencia a considerar los aspectos relativos a la interdependencia de los fenómenos sociales y en especial la consideración de los gustos y de las costumbres, y la ya aludida tensión entre diversidad y uniformidad.

Para algunos de los economistas que en los últimos 20 años se han acercado al mundo de la cultura, «la economía y la cultura

pueden ser consideradas como dos de las más importantes fuerzas conductoras del comportamiento humano» (Throsby, *op. cit.*, página 166). Y su conclusión respecto a la globalización es optimista respecto a la eliminación de algunos de los problemas a los que hoy se enfrenta la economía mundial (la pobreza, el desempleo, ...). Y en lo que se refiere a la globalización cultural piensa en el desarrollo de modelos más articulados, en el que las diferencias culturales resulten compatibles con un mundo global en el que «los comportamientos cooperativos predominarían sobre la competencia, en el que la sostenibilidad primaria sobre la explotación y en el que florecerían la creatividad y el disfrute artístico». Desgraciadamente, no todos los pensadores de los dos campos comparten esta visión.

6. Aspectos microeconómicos

En los primeros epígrafes hemos recogido la existencia de una pluralidad de concepciones acerca de la cultura y hemos destacado que, dentro del mundo de los cultivadores de las ciencias sociales, parece encontrarse una cierta relación entre la nacionalidad de los autores y sus ideas sobre el concepto. Anglosajones, franceses, etcétera, difieren sobre todo cuando unos y otros se refieren a la «cultura nacional». También nos ha parecido interesante señalar una cierta tendencia al empleo de calificativos con significaciones muy diferentes respecto al término cultura.

Uno de tales calificativos, que ha merecido una especial atención por parte de los economistas principalmente dedicados al estudio de las empresas, es precisamente éste: «cultura de empresa». Al respecto nos parece de interés terminar esta nuestra primera inspección de los trabajos realizados en torno a las relaciones entre «economía» y «cultura» con algunas consideraciones sobre las mismas en el generalmente definido como orden microeconómico.

D. Cuche (2.001, páginas 100 y siguientes) ha resaltado que la síntesis de conceptos que se expresa tras la denominación «cultura de empresa» no proviene del campo de los cultivadores de las ciencias sociales, sino que surgió en el mundo empresarial a

mediados de la década de los setenta del reciente siglo XX. La idea ha conocido una muy rápida expansión, quizá debido a que ella se pretendía resaltar la importancia del factor humano en los procesos productivos, especialmente necesarias en momentos de crisis de los modelos fordistas. Nuestras consideraciones al respecto se resumirán en cuatro subepígrafos: 1) en torno a la definición; 2) en relación con el interés por la «cultura de la organización»; 3) en cuanto se refiere a los procesos de internacionalización de las empresas; 4) respecto a las empresas multinacionales.

1) Como ejemplo de una evolución en buena medida similar a la española puede destacarse en orden a la construcción del concepto la que se puede encontrar en el caso francés. Allí, en su buen resumen, ha destacado D. Cuhe que es «probable que el éxito encontrado por el tema de la cultura de empresa se deba al hecho de que haya podido aparecer como una respuesta a las críticas que suscitaban las empresas en momentos de crisis y reestructuración industrial». Se trataría de una concepción «especial» de la cultura que se aplicaría a una colectividad supuestamente homogénea (las empresas). Desde esta perspectiva, los críticos han señalado que, así considerada, parecería que se produjera una especie de imposición de idénticos valores a todos quienes formen parte de la organización empresarial (considerada ésta individualmente o en su sentido más amplio). Otros autores, con un sentido más sociológico, indicarían que la cultura de empresa sería el resultado de la confrontaciones culturales entre los distintos grupos sociales componentes de la empresa. Recogiendo esta idea, Cuhe se pregunta quién fabrica y cómo se fabrica la cultura de empresa. A tales cuestiones responde que son todos los actores sociales que pertenecen a la empresa y sus interacciones. Pero, además, el concepto se destacó en momentos en que se registraban oleadas de fusiones, compras y concentraciones de empresas. Respecto a las mismas y quizá con mecanismos muy simplificadores, con el término se ponía de manifiesto sobre todo para hacer frente a dificultades encontradas en el proceso la existencia de mentalidades distintas (nada más sencillo que hablar de «culturas» diferentes). Ello obligaría a repensar las ideas previas sobre el funcionamiento de

las entidades fusionadas e incluso, en un orden más general, sobre la empresa. Se habría registrado así una concepción reducida de la cultura, a la que se ha caracterizado como aplicable a colectividades homogéneas. Entre nosotros, el profesor Durán ha destacado en un contexto más amplio la importancia de la cultura en el ámbito de la dirección y gestión empresarial, si bien sus consideraciones al respecto se inscriben en el ámbito de las empresas multinacionales como fenómeno de organización más amplio y sobre las que más adelante trataremos (Durán, 2000, páginas 331 y siguientes). Pero ello nos permite introducir un concepto en el que también son muy notables las aportaciones procedentes de investigaciones sociológicas: la «cultura de la organización».

2) Una amplísima parte de las recientes reflexiones sobre los aspectos culturales de las empresas se ha centrado en su funcionamiento interno, y en campos tales como la propia organización en sentido estricto, las relaciones jerárquicas y de otro tipo, los sistemas de motivación, la comunicación, etcétera. Dadas las limitaciones de espacio, nos limitaremos en este orden a exponer las grandes líneas de los estudios sobre culturas de las organizaciones (en muy buena parte inspirados precisamente en las empresas de mayores dimensiones). Hemos de destacar, en primer término, la existencia de una amplísima literatura consagrada a la cuestión, la cual obliga a efectuar frecuentes intentos de sistematización. Uno de los trabajos más destacados en este orden nos ha parecido el de J. Martín y P. Frost (1996, páginas 599 y siguientes). En su síntesis destacan, en primer lugar, las notables diferencias entre tratadistas en lo que respecta a metodología, teorías e ideologías que subyacen en sus obras (lo que recuerda, sin duda, a la situación de otros saberes, como son los relativos a la economía). Ahora bien, pueden destacarse como factores que despertaron el interés de los tratadistas del *management* por los temas culturales los éxitos aparentes de las técnicas de gestión de las empresas japonesas y los fallos en los métodos tradicionales (cuantitativos) de análisis. Un ejemplo de ello se encuentra en uno de los libros más conocidos e influyentes en este orden. Nos referimos a la obra de Peters y Waterman *In Search of Excellence*. Los autores señalan que las claves del éxito financiero de la

empresa se encontrarían principalmente en la existencia de una cultura unificada. Los directivos de las organizaciones deberían «construir» tal cultura, articulando un conjunto de valores y reforzándolos más adelante con diversos procedimientos hasta que los empleados de todos los niveles lleguen a compartirlos. Se produciría con ello un «efecto dominó: mayor compromiso, mayor productividad y, como resultado, mayores beneficios». Esta obra representa un buen ejemplo de la que se ha denominado «ingeniería de los valores» y ha dado origen a un buen número de trabajos que inciden en la necesidad de una integración de los factores humanos dentro de las organizaciones. En un sentido coincidente con la anterior respecto a la crítica de los métodos previos del *management*, especialmente los inspirados en el fordismo, pero discrepando de los unionistas en cuanto a las consecuencias, se encuadran los autores de la diferenciación. A fines de los ochenta, unas y otras corrientes, mantuvieron grandes diferencias en cuanto a metodología y a políticas activas se refiere. A ellas vinieron a añadirse otras nuevas corrientes que introducen las consideraciones propias de los años posteriores (postmodernismo). Los citados Martin y Frost señalan que esta diversidad de opiniones podría llevar a mejoras en el tratamiento de los conceptos, especialmente del propio de la cultura organizativa.

3) Complementando los estudios de los aspectos culturales relativos al funcionamiento interno de la empresa puede hallarse una amplia literatura que se refiere a los aspectos exteriores (otros mercados, otros países), en la que se han destacado (Durán, 2000, páginas 323 y siguientes) los trabajos de G. Hofstede. Pueden señalarse varios grupos de cuestiones de especial interés relativas al tema: a) las culturas nacionales y las comparaciones interculturales (estudios *cross-national*); b) los valores culturales; c) necesidades, actitudes y normas individuales y de grupo; d) efectividad de la organización.

a) Resulta interesante señalar el «redescubrimiento» por parte de los estudiosos de la economía de la empresa de los aspectos relativos al concepto de cultura nacional. El mismo se había destacado en los primeros estudios sobre cultura. Para Usunier (*op. cit.*), Punnett (1998, página 52) o Durán, la cultura nacional tiene relación con ciertas variables sociales (la religión,

el lenguaje o la historia) y con otras nacionales (normas legales, regulaciones, geografía y condiciones económicas, entre otras). Sería un concepto especialmente dinámico, con influencia de los acontecimientos que tienen lugar dentro y fuera del país, a considerar por las entidades que se expanden más allá de las fronteras nacionales.

b) Se han definido los valores como creencias duraderas que establecen las normas por las que se juzga la importancia de aspectos tan señalados como la libertad individual, las obligaciones, la justicia, la verdad, etc. Se ha desarrollado una amplísima literatura en torno a los «modelos» culturales. Señalemos, por ejemplo, al lado del trabajo seminal de Hofstede el de Kluckhohn y Strodtbeck que toma en consideración las diversas soluciones que las sociedades han desarrollado para solventar problemas tan dispares como son la relación con la naturaleza, el sentido del tiempo, la orientación de las actividades o las relaciones humanas.

c) El concepto de norma se relaciona con la conducta de los individuos en situaciones concretas, el cual se plasma en formas estandarizadas y distintivas (por ejemplo, las formas de comer). El de actitudes se refiere a las respuestas ante objetos o situaciones, y encuentra su base en las creencias sobre los mismos. Las necesidades responden a fuerzas que motivan actuaciones, pero que una vez satisfechas no tienen impacto en la conducta. En sentido general, valores y normas son sociales, mientras que necesidades y actitudes son individuales, pero unos y otros se interrelacionan. Su estudio, como el de otros conceptos, adquiere especial relevancia en las consideraciones sobre implantaciones en el exterior.

d) Lógicamente, el estudio de la eficacia de las organizaciones empresariales ha llenado miles de páginas. Se señala que la misma aumenta en la medida en que los factores que influyen en los comportamientos son asimilados por los directivos. De esta forma, en opinión de Punnett, los resultados de una empresa internacional probablemente serían mejorados cuando los sistemas utilizados en la gestión reflejen de manera más adecuada los factores que se encuentran tras los comportamientos, entre los que las diferencias entre países ocupan un destacado lugar.

4) Probablemente sea en los ámbitos relacionados con los estudios dedicados a las empresas multinacionales en los que, en los últimos años, se haya prestado una más amplia atención a los aspectos culturales en el sentido más operativo de la palabra. Al respecto ha de subrayarse la relación de los mismos con los procesos de gestión y dirección empresarial. Una simple enumeración de los diversos momentos de la vida de estas empresas pone de manifiesto la importancia de los aspectos culturales. Así, la elección de la forma de entrada, las negociaciones o las comunicaciones son algunos de ellos. Las estrategias adoptadas y funciones específicas como las de marketing o la política de recursos humanos reflejan también la necesidad de considerar tales aspectos. Se ha señalado así que «los directivos multinacionales y multiculturales comprueban de forma creciente la importancia de conseguir una mejor comprensión del sistema social y de los entornos en que funcionan sus empresas» (J. Seng Tan). Y Hofstede, probablemente el autor más destacado en el tratamiento de la cultura en organizaciones multinacionales, ha subrayado que «diferentes líneas de negocios tienen con frecuencia distintas culturas organizativas». Al ofrecer prácticas comunes dentro de una organización se pueden suavizar las diferencias de valores entre los distintos miembros». Así, en su opinión, las prácticas comunes, y no los valores comunes, son los que podrían mantener unidas a las multinacionales. Entre las cuestiones que el estudio de la cultura desde la perspectiva de las multinacionales ha resaltado figura la gestión de personal. Destaca Hofstede que «como en toda organización, las multinacionales son mantenidas por personas». De ahí el interés en la búsqueda del personal adecuado en el momento oportuno. Ello se traduce en la necesidad de considerar una gestión internacional de los recursos humanos buscando un equilibrio entre uniformidad y diversidad, algo que, como hemos visto también se encuentra en los enfoques sobre cultura de las organizaciones. Otro tipo de cuestiones se refiere a la estructura organizativa que debe seguir a la cultura. Tal estructura debe dirigirse a la coordinación de actividades. En este orden se plantean temas como el nivel a que debe tener lugar la coordinación y en el grado de rigidez de la misma. Se plantea aquí la elección, en la que juega un papel importante la

cultura, entre líneas geográficas y líneas de negocio. Un tercer grupo de problemas se conecta con la comunicación intercultural. Aunque se ha destacado que puede encontrarse en algunas actividades internacionales (como la negociación) algunas afinidades técnicas otras cuestiones como la diferencia de lenguaje siguen constituyendo un tema complejo. Al respecto nos limitamos a señalar que se encuentran con frecuencia estudios académicos y prácticos. En todo caso, las interesantes aportaciones de Hofstede sobre posibilidad de trasplantar las teorías y las prácticas de una nación a otros contextos culturales han abierto nuevos campos de investigación. Su primer estudio en el que construyó indicadores como el control de la incertidumbre o el individualismo han sido los primeros de una serie de trabajos de gran interés en diversos países. En resumen cabría resaltar las complejidades de la relación cultura nacional/gestión internacional en la que muchos autores han observado la presencia de un cierto sesgo «occidentalista» explicable en buena parte por el origen de la mayor parte de las empresas multinacionales. En su síntesis final sobre estos temas, Punnett ha puesto de manifiesto que «los dirigentes efectivos no deberían tomar nada como permanente», resaltando en consecuencia las actitudes de apertura y curiosidad intelectual y operativa.

Es en esa línea de reconocimiento del inmenso camino que ha de recorrerse aún y desde la actitud de curiosidad intelectual y operativa donde hemos intentado situar nuestras primeras consideraciones como pasos iniciales emprendidos dentro de la economía de la cultura.

Referencias bibliográficas

- [1] APPADURAI, A. (1990): «Disjuncture and Differences in the Global Culture Economy», *Public Culture*, volumen 2.2.
- [2] AVILA ALVAREZ, A. M. y DIAZ MIER, M. A. (1997): «Las cuotas comunitarias de programación televisiva y los acuerdos internacionales sobre comercio GAT-GATS» en S. MUÑOZ MACHADO (ed.): *Derecho europeo del audiovisual*. Escuela libre editorial.
- [3] AXFORD, B. (1995): *The Global System: Economics, Politics and Culture*. Polity Press.
- [4] BAUMOL, W. J. y BOWEN, W. G. (1996): *Performing Arts: The Economic Dilemma*. MIT Press, Cambridge.

- [5] BECKER, G. S. y STIGLER, G. J. (1977): «De gustibus non est disputandum». *American Economic Review*, 67.2.
- [6] BENHAMOU, F. (2000, reimp.): *L'économie de la culture*. La Découverte, coll Repères.
- [7] BEYNON, J. y DUNKERLEY, D. (eds. 2000): *Globalization: the Reader*. The Athlone Press.
- [8] BLAUG, M. (ed. 1976): *The Economics of the Arts*. Martin Robertson, Londres.
- [9] CARREAU, D. y JUILLARD, P. (1998, 4ª ed.): *Droit international économique*. L.G.D.J.
- [10] CHANEL, O. (1995): «Is Art Market Behaviour Predictable?». *European Economic Review*, 39. 3-4.
- [11] COWEN, T. (1998): *In Praise of Commercial Culture*. Harvard University Press.
- [12] CUCHE, D. (2001): *La notion de culture dans les sciences sociales*. La Découverte.
- [13] DURAN HERRERA, J. J. (2001): *Estrategia y economía de la empresa multinacional*. Pirámide.
- [14] FARCHY, J. (1999): *La fin de l'exception culturelle?* Ed. CNRS, Paris.
- [15] FEATHERSTONE, M. (ed. 1997, reimp.): *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity*. Sage Publications.
- [16] FELDSTEIN, M. (1991): *The Economics of Art Museums*. University of Chicago Press.
- [17] FLORY, T. (1999): *L'organisation mondiale du commerce*. Bruylant.
- [18] FREY, B. (2000): *Arts and Economics*, Springer-Verlag. Existe versión española.
- [19] GINGSBURGH, V. y MENDER, P. M. (eds. 1996): *Economics of the Arts. Selected Essays*. Elsevier/North Holland.
- [20] GREFFE, X. (1999): *L'emploi culturel à l'âge du numérique*. Anthropos Paris.
- [21] HOFSTEDE, G. (1998): «Organization culture» en *Handbook of International Business*, R. L. TUNG, ed. Thomson Business.
- [22] HUTTER, M. (1996): «The Impact of Cultural Economics on Economic Theory». *Journal of Cultural Economics*, 20.
- [23] JAMESON, F. y MIYOSHI, M.: *Culture of Globalization*. Duke University Press.
- [24] KENDALL, G. y WICKHAM, G. (2001): *Understanding Culture*. Sage.
- [25] KLAMER, A. (ed. 1996): *The Value of Culture. On the relationship between Economics and Arts*. Amsterdam University Press.
- [26] LAVOIE, D. y CHAMLEE-WRIGHT, E. (2000): *Culture and Enterprise*. Routledge.
- [27] LINGLE, C. (1992): «Public Choice and Public Funding of the Arts», en TOWSE y KHAKKEE, eds., *op. cit.*
- [28] LULL, J. (1995): *Media, Communication, Culture: A Global Approach*. Polity Press.
- [29] MALINOWSKI, B. (1968): *Une théorie scientifique de la culture*. Maspero Paris.
- [30] MARTIN, J. y FROOST P. (1996): «The Organizational Culture War Games: a Struggle for Intellectual Dominance», en *Handbook of Organization Studies*, Sage.
- [31] NEGUS, K. (1996): *Popular Music in Theory*. Polity Press.
- [32] O'HAGAN, J. W. (1998): *The State and the Arts: An Analysis of Key Economic Issues in Europe and the United States*. Edward Elgar.
- [33] PARIS, C. (2000, ed. bolsillo): *El animal Cultural*. Ed. Critica.
- [34] PEACOCK, A. (1992): «Economics Cultural Values and Cultural Policies», en TOWSE y KHAKKEE, eds., *op. cit.*
- [35] PEACOCK, A. y RIZZO, I. (eds. 1994): *Cultural Economics and Cultural Policies*. Kluwer.
- [36] PESANDO, J. E. (1993): «Art as and Investment: the Market for Modern Prints». *American Economic Review*, 83
- [37] PUNNET, B.J. (1998): «Culture, cross-national» en *Handbook of International Business*, ed. R. L. TUNG, Thomson Business Press.
- [38] ROUGET, B.; SAGOT-DUVAUROUX, D. y PFLIEGER, S. (1991): «Le marché de l'art contemporain en France: Prix et stratégies». *La Documentation Française*.
- [39] SEAMAN, B. A. (1992): «Considerations in Adapting Industrial Organization Theory to the International Trade in Cultural Goods», en TOWSE y KHAKKEE, eds., *op. cit.*
- [40] THROSBY, C. D. (1990): «Perception of Quality in Demand for the Theatre». *Journal of Cultural Economics*, 14,1.
- [41] THROSBY, C. D. (1994): «The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics». *Journal of Economic Literature*, 32.
- [42] THROSBY, C. D. (2001): *Economics and Culture*. Cambridge University Press.
- [43] TOMLINSON, J. (1991): *Cultural Imperialism*. Printer Publishers.
- [44] TOWSE, R. y KHAKKEE, A. (eds. 1992): *Cultural Economics*. Springer-Verlag.
- TOWSE, R. (ed. 1997): *Cultural Economics: The Arts, the Heritage and the Media Industries*. Edward Elgar.
- [45] USUNIER, J. C. (1ª ed. 1992): *Commerce entre cultures: une approche culturelle du marketing international*. P.U.F.
- [46] VOGEL, H. (1998): *Entertainment Industry Economics*. Cambridge University Press.
- [47] WAELBROECK, M. y DOUTRELEPONT, C. (1997): *Questions de droit de l'audiovisuel européen*, LGDJ, Paris, Bruylant. Bruselas.
- [48] WARNER, J. P. (1999): *La mondialisation de la culture*. La Découverte.

ICE

Información Comercial Española

Revista de Economía
MINISTERIO DE ECONOMÍA

Últimos números publicados

Núm. 781

Cambio tecnológico y competitividad industrial

Núm. 782

La economía internacional a debate

Núm. 783

Nuevo paradigma americano

Núm. 784

Políticas económicas del euro

Núm. 785

Los nuevos temas del comercio internacional

Núm. 786

Europa del Este diez años después

Núm. 787

Sector servicios: desarrollos recientes y futuros desafíos

Núm. 788

Sector exterior español

Núm. 789

Historia y pensamiento económico

Núm. 790

La nueva agenda de América Latina

Núm. 791

Nueva economía y empresa

Núm. 792

Economía de la cultura

En preparación:

Nuevas tecnologías, ¿nueva economía?

Sector exterior español

La apertura externa de la economía mexicana

Información y venta:

Paseo de la Castellana, 162 - vestíbulo. 28071 Madrid.
Teléf.: (91) 349 36 47. Fax: (91) 349 36 34