



Juan José Durán Herrera / Catedrático de Economía Financiera de la Universidad Autónoma de Madrid.

Licenciado y doctor en Ciencias Económicas, es master of Business Administration (Indiana University). Ha obtenido diversos premios y becas, publicado 17 libros y otros colectivos, así como artículos y trabajos de investigación en revistas especializadas nacionales e internacionales. Es miembro de varias asociaciones españolas y extranjeras.

Una perspectiva institucional de la cultura

«En esta cultura de lo gratis parece, en cierta medida, confundirse información con creación intelectual y conocimiento.»

En base a la definición dada por nuestro Diccionario de la lengua se puede establecer que la cultura de un país (grupo social) se nutre de los modos de vida, costumbres, conocimientos y niveles de desarrollo científico, artístico y económico que conforman los valores, normas y pautas de comportamiento —formas de pensar y actuar— de dicha colectividad. La generación (producción), difusión y consumo de los bienes culturales tienen, por naturaleza, un carácter dinámico o de proceso en el que se va conformando la articulación de dichas variables y su grado de interdependencia a lo largo del tiempo.

La cultura como programación colectiva de la mente incorpora determinadas experiencias históricas, incluye valores y actitudes, adopta instituciones y crea organizaciones que conforman un proceso, más o menos eficaz y eficiente, de creación de bienes culturales. La producción, transmisión (distribución y consumo) de bienes culturales son relevantes en la economía de un país y afectan, por la naturaleza de dichos bienes, al funcionamiento (gestión) de sus empresas.

El ámbito cultural incorpora, según el Ministerio de Cultura, los siguientes sectores: Patrimonio; Libros y prensa; Archivos y Bibliotecas; Artes plásticas; Artes escénicas; Audiovisual y multimedia (Cine y video; Música grabada, Televisión y radio). Si excluimos Patrimonio en su conjunto y se añaden los sectores Informática y Publicidad se dispondría del conjunto de actividades vinculadas con la denominada propiedad intelectual. Estos sectores no solo son los que crean, producen distribuyen y difunden los bienes y servicios culturales sino que están estrechamente interrelacionados con otros ámbitos de la economía. Los datos de la Contabilidad

Nacional, complementados con otras fuentes, permite mostrar al Ministerio de Cultura, según estudios económicos rigurosos al respecto, el peso significativo en la economía española de la «industria de la cultura» y de las actividades vinculadas con la propiedad intelectual. Así la participación en el PIB se ha venido

situando en los niveles del 4 %, con una contribución al valor añadido bruto de la economía algo superior a esa cifra. El sector de Libros y Prensa produce, por término medio, más de un tercio del valor añadido bruto del conjunto de las actividades culturales, seguido por el sector de artes escénicas, musicales y audiovisuales.

La contribución al mercado de trabajo de la industria de la cultura alcanza, directa e indirectamente, el millón de empleos. El sector de la edición e impresión proporciona, además, un comportamiento estable y positivo sobre la balanza de pagos (quinto exportador de libros a nivel mundial) y sus empresas muestran un proceso de internacionalización dinámico, situando sus filiales básicamente en los países de habla hispana y en los que el español es la segunda lengua. Además la cultura de un país puede contribuir positivamente a generar una «imagen de marca» que puede facilitar positivamente la actividad internacional del conjunto de empresas españolas y de los participantes en la cadena de valor de la cultura (creadores, productores, distribuidores...).

La «industria de la cultura» comprende las instituciones, organizaciones y activos relacionados con la «transmisión de la cultura»: cine, teatro, música, medios de comunicación (radio, televisión, agencias de noticias) y actividades directamente relacionadas con la lengua (sector editorial y audiovisual, educación). En el sector editorial han de incluirse, lógicamente, la distribución de productos editoriales y el correspondiente aprovisionamiento de insumos (papel, software). El grado de eficiencia en la producción de bienes y servicios culturales dependerá del desarrollo institucional del país (leyes, tribunales, organizaciones de gestión de derechos de propiedad). Cuando se producen desajustes significativos entre el entorno (el mercado) y las empresas (agentes participantes en el proceso de creación, producción y distribución), debido a cambios tecnológicos y/o institucionales, se genera un proceso de ajuste cuyo desenlace final vendrá determinado por las adaptaciones o transformaciones de unos y otros hasta alcanzar una eficaz y eficiente articulación de los agentes participantes en la cadena de valor del sector o industria. En la etapa de transición se produce un proceso de destrucción (adaptación) creativa.

Las condiciones que configuran los cambios tecnológicos se van conformando gra-

dualmente hasta el momento en que se produce el cambio radical que los califica de revolucionarios. Desde el punto de vista de la reproducción de obras nos podemos remontar a la aparición de la imprenta (copia de obras impresas) y trasladarnos hasta

«...la cultura de un país puede contribuir positivamente a generar una "imagen de marca" que puede facilitar positivamente la actividad internacional del conjunto de empresas españolas y de los participantes en la cadena de valor de la cultura (creadores, productores, distribuidores...).»

épocas mucho más recientes, ya en la segunda mitad y finales del siglo pasado, con las fotocopias e Internet. El proceso de generación de contenidos culturales prácticamente ha estado inalterado durante los dos últimos siglos. Es en los últimos años cuando se produce un proceso de cambio, de adaptación a nue-

vas situaciones que traen amenazas y oportunidades. La adaptación a la «revolución tecnológica» visible a través de Internet y sus potencialidades obliga a identificar el nuevo contexto en que se va a desarrollar la cadena de valor de lo cultural en la que se redefinirán las normas que posibiliten que los creadores reciban una compensación por el uso de sus obras. A ello contribuirán sin duda las innovaciones que se van incorporando a la seguridad jurídica y tecnológica para operar en la red, facilitando la administración de las sociedades de gestión de derechos, haciéndolas más eficaces y eficientes. Como condición necesaria para ello se tendrá que reforzar la Ley de Propiedad Intelectual y la seguridad tecnológica que posibilite la eficacia en la aplicación de aquella.

Los productos almacenables digitalmente (software, libros, películas, música, videoclips) pueden utilizar los canales de distribución de Internet. Una vez generados estos bienes y almacenados en Internet se pueden reproducir y distribuir a costes casi nulos y a su vez pueden ser almacenados y reproducidos por el usuario a un coste posiblemente despreciable. Esas circunstancias derivadas de los avances

tecnológicos pueden contribuir a crear artificialmente una «cultura de lo gratis» y que se presuponga que la creación y producción de los productos se efectúe sin coste alguno y que, por tanto, no se tenga que retribuir a los agentes que crean y producen dichos bienes. En esta cultura de lo gratis parece, en cierta medida, confundirse información con creación intelectual y conocimiento. El contexto institucional ha de facilitar la dedicación libre a la creación e innovación y vivir de ello.

Con las nuevas tecnologías de la información y comunicación, a través de Internet, se vienen configurando comunidades virtuales donde no existen las fronteras. La cultura ha visto multiplicada de manera exponencial sus formas de creación y difusión. La digitalización brinda una gran oportunidad para potenciar la cultura. En este proceso de cambio, de destrucción creativa, se generan nuevos espacios y actividades y se transforman otras que sustituyen a las que desaparecen en la producción y el consumo. Los costes de transacción se ven reducidos y, por tanto, las posibilidades de expansión y crecimiento se ven reforzadas. Se amplían la oferta y la gama de productos, teniéndose que gestionar una cartera de negocios diferenciados. Las empresas se reestructurarán y se abrirán espacios para la cooperación y alianza estratégicas. También se generan espacios poco defini-

«La adaptación a la "revolución tecnológica" visible a través de Internet y sus potencialidades obliga a identificar el nuevo contexto en que se va a desarrollar la cadena de valor de lo cultural en la que se redefinirán las normas que posibiliten que los creadores reciban una compensación por el uso de sus obras.»

dos que generan oportunismo y fricciones entre los agentes sociales y económicos del sector, propios de una etapa de transición hacia una armonización entre el nuevo ámbito creado por el cambio tecnológico y el desarrollo institucional. En este sentido una adecuada definición de los derechos de propiedad, con una buena aplicación de las leyes (calidad de las leyes y operatividad de los tribunales en su aplicación) y unas organizaciones eficaces (registro de la propiedad industrial e intelectual, CEDRO,...) que facilite la producción de bienes y servicios culturales representan en palabras de North (Premio Nobel de Economía) un conjunto de instituciones eficientes.