Instituto Argentino de Profesores Universitarios de Costos
Miembro del Instituto Internacional de Costos

# La Economía del Arte bajo la óptica de la Teoría General de Costos

Carolina Asuaga (UDELAR)

Carina Peombo (UCUDAL)

XXVII CONGRESO ARGENTINO DE PROFESORES UNIVERSITARIOS DE COSTOS

Tandil, Noviembre 2004

**Resumen**

El trabajo tiene como objetivo vincular los conceptos vertidos por una nueva rama de la economía aplicada, denominada Economía del Arte, o Economía de la Cultura, con la microeconomía y la Teoría General del Costo.

Se analiza entonces, desde el punto de vista teórico y conceptual los procesos que consumen, en forma de factores productivos, obras de arte.

Conforme las sociedades evolucionan, una mayor proporción de la renta de los individuos se vuelca al consumo de productos culturales, lo que ha propiciado un claro crecimiento y una notoria diversificación de la oferta disponible de este tipo de productos.

Se demuestra que el producto o servicio que tiene como objetivo satisfacer necesidades por medio de la cultura, en sus diversas expresiones y connotaciones, surge en un proceso productivo, y, por ende, sujeto a las mismas premisas que los procesos "industriales". El análisis del proceso se hará desde la óptica de la Teoría General del Costo, considerando tanto un enfoque técnico como económico.

## 1) Objetivo y alcance del trabajo

El presente trabajo, tiene como objetivo vincular los conceptos vertidos por una nueva rama de la economía aplicada, denominada Economía del Arte, o Economía de la Cultura, con la microeconomía y la Teoría General del Costo.

Asimismo, se pretende analizar desde el punto de vista teórico y conceptual los procesos que consumen, en forma de factores productivos, obras de arte.

Por ser el inicio de una tarea de investigación conjunta entre las autoras, y a raíz de la diversidad de productos culturales existentes, este trabajo se acotará fundamentalmente a los museos y a las obras de arte vinculadas con la pintura y escultura.

## 2) Economía de la cultura

En los últimos tiempos, mucho se ha escrito relacionado a la concepción del arte, bajo diversas perspectivas: sociológicas, psicológicas, estéticas, antropológicas, epistemológicas, históricas, pedagógicas, etc., y cada visión, como suele ocurrir con las ciencias interdisciplinarias- y aún con las que no lo son tales- responde a diferentes visiones y perspectivas de la misma realidad. El campo de la economía no ha quedado ajeno a este debate, y han surgido, en las últimas décadas, una variada gama de artículos que versan sobre la Economía del Arte, también denominada Economía de la Cultura.

Según Köster y Carrasco (2001, pág. 70), resulta difícil encontrar un artículo o un trabajo de investigación que, desde la economía, no comience aclarando los términos de cultura o arte. Agregan que el riesgo de este proceso es que, de acuerdo con las necesidades de cada trabajo, se definan *ad hoc* los elementos que se agrupan en torno al término cultura, y señalan, que desde hace más de 30 años se ha intentado converger - aunque sin demasiado éxito- hacia definiciones e indicadores estables que permitan el acercamiento de las ciencias sociales al fenómeno de la cultura y su comparabilidad. Se obviará entonces, en este trabajo, la definición de arte y cultura, aunque se distinguirán, a efectos de facilitar la comprensión del lector, y en lineamiento con Prieto (2001, pág. 153), los tres grandes objetos de análisis de la economía de la cultura: *Las artes escénicas, las industrias culturales y el patrimonio histórico*. Según este autor, todos los elementos componentes de estos tres grupos están cruzados por una característica común, que es su significado como creación artística, esencia de inteligencia o signo de identidad de una colectividad. Sin embargo, señala que existen características diferenciales que obligan a la particularidad del análisis en cada caso. En primer lugar las artes escénicas constituyen un bien o un servicio que se agota en sí mismo (por ejemplo una obra de teatro o un concierto de música), en segundo lugar las industrias culturales consisten básicamente en la comercialización de objetos reproducibles (libros, discos, cine, etc.), y por último, el patrimonio histórico representa una creación cultural de carácter acumulado, con una

perspectiva histórica o con un sentido de heredad, donde no cabe pensar en la reproducción, porque constituyen objetos únicos.[1]

Conforme las sociedades evolucionan, una mayor proporción de la renta de los individuos se vuelca al consumo de productos culturales, lo que ha propiciado un claro crecimiento y una notoria diversificación de la oferta disponible de este tipo de productos. La incorporación del análisis económico de las actividades culturales era necesaria, debido a la contribución al empleo y al desarrollo de las economías que la industria de la cultura y el ocio propicia, así como el continuo crecimiento de la generación de valor agregado que esta nueva tendencia ha provocado.

Aunque los economistas alemanes llevan ya más de un siglo interesados en los aspectos económicos del arte - entre los que se destacan como más tempranos Kindermann (1903) y Drey (1910) - los comienzos de la economía del arte como una nueva disciplina deben identificarse con la obra *El dilema económico de las artes escénicas*[2] (Baumol y Bowen, 1966); que posibilitan rápidamente una evolución de la temática en países anglosajones y franceses[3], así como también en Suiza e Italia.

Álvarez y Díaz, (2001, pág. 18) señalan que economistas de prestigio como Becker y Stigler han introducido en sus análisis consideraciones distintas al paradigma neoclásico en lo que al consumo se refiere. El consumidor de productos culturales sería un agente activo que obtiene su satisfacción partiendo de elementos tales como el tiempo y el capital humano. Thorsby (2001, pág. 10 y siguientes) señala que las relaciones y procesos culturales pueden ser considerados dentro de un entorno económico e interpretado económicamente, por lo que las interacciones culturales - valores, costumbres, creencias, compartidas por un grupo- podrían considerarse como transacciones o intercambios de bienes simbólicos o materiales dentro de una estructura económica.

Según Frey (2000, pág. 39) el enfoque económico aplicado al arte se centra en el hecho de que siempre existe escasez de recursos, entre los que se destacan el tiempo y el potencial físico y psíquico de las personas. Esto supone una distinción fundamental de la economía del arte frente a otros estudios del arte, tales como la teoría estética y la mayor parte de la historia del arte. Sostiene también (*op. cit*. pág. 33 y siguientes), que las nociones de "economía" y "arte" pueden combinarse de dos formas muy distintas:

---

[1] *"Lógicamente, pueden existir interrelaciones entre los tres objetos de análisis, por ejemplo, un festival de música, que constituye un producto principal perecedero mientras se celebra, pero que puede utilizar elementos del patrimonio histórico para su realización y, así mismo, puede reproducirse en forma de CD como grabaciones de conciertos especiales. De esta forma, arte en vivo, uso del patrimonio histórico y reproducción de obras culturales, se producen simultáneamente en un mismo fenómeno cultural"*. ( Prieto, *op. cit.*)

[2] Performing Arts-The Economic Dilemma.

[3] Ver por ejemplo a Moore (1968) en la obra *American Theatre*, o a Galais Hamono ( 1972) en *Des loisirs: analyse économique de la demande de loisirs en France.*

- Indicando el análisis de aspectos económicos o materiales de actividades artísticas, y llevado al extremo; de transacciones monetarias en el arte. Esto es la descripción de las fuerzas económicas que generan al arte, así como las consecuencias económicas del mismo,

- Sugiriendo la aplicación al arte de la metodología "económica", o más bien, del método de la "elección racional". En este caso es la aplicación del análisis económico del arte a la comprensión de las actividades artísticas.

El segundo enfoque, es la posición defendida por Frey. En la misma línea- ya perfilada por Becker (1976) al afirmar que el enfoque económico es un enfoque totalizador aplicable al conjunto del comportamiento humano- Spranzi (2003, pág. 42) sostiene que la economía del arte tiene solo una "candidatura" posible, y es la del economista, más precisamente la de un economista industrial.

Cabe destacar, que el enfoque dado hasta el momento por los economistas de la cultura, es una visión que abarca, fundamentalmente, tres concepciones:

- El punto de vista macro, en el que se analizan los diversos comportamientos de la oferta y la demanda con relación al arte.

- El enfoque del consumidor del arte, en el que se describen e interpretan las preferencias y opciones de dicho consumidor, ante las ofertas existentes.

- Las políticas culturales que desarrollan los distintos gobiernos.

Sin embargo, y sin desmedro de los valiosos aportes ofrecidos por los diversos estudiosos de la economía del arte, no se destacan avances continuados y significativos en el área de la microeconomía, o economía de la empresa, área que no debería quedar excluida en la evolución de esta nueva disciplina.

3) El arte y el proceso productivo

Los últimos tiempos se han caracterizado por cambios sustantivos con respecto a la afluencia de público a los museos. Tradicionalmente, el goce del arte estaba exclusivamente permitido a cierta clase social, generalmente poseedora de los objetos de arte, por lo que posesión y uso estaban indudablemente vinculados. Con el surgimiento de una clase burguesa intelectual, el uso o goce de las artes se generaliza, al tiempo que se desvincula el concepto de uso con el de la posesión. Con el correr de los años, y a raíz de

la evolución económica de las sociedades, en que las necesidades básicas o primarias se encuentran cubiertas, surge la cultura, en sus diversas expresiones, como un producto de ocio que continúa creciendo. Es entonces, que los museos adquieren una importancia social, cultural, pedagógica, y sin duda, económica.[4]

Sin embargo, aún no ha sido seriamente cuestionado el proceso productivo relacionado al arte, bajo la óptica de las relaciones dinámicas entre medios y resultados productivos, así como la connotación económica de este proceso en el ente.

Se utilizará en este trabajo, el significado "ente" como sinónimo de "unidad económica compleja"- terminología adoptada oportunamente por Osorio (1992, pág. 2) - con independencia de las características jurídicas del mismo y de las normas que lo rijan, ya sean propias del derecho público o del derecho privado, y siempre que el objetivo del ente sea una actividad económica, generadora, o no, de lucro para el mismo. Asimismo, se acepta como premisa que el "ente", toma, a cambio de un precio, factores productivos o recursos externos, combinándolos adecuadamente para satisfacer necesidades de terceros.

En la teoría económica, y siguiendo la línea de Osorio, la producción se define como toda actividad económica que tiene por objeto la capacidad de los bienes para "satisfacer necesidades", o lo que es lo mismo, para generar o crear "utilidad", mientras que el proceso productivo "es aquel que permite, mediante la utilización o combinación de determinados bienes y servicios, obtener otros distintos. Esta distinción podrá deberse a cambios físicos, químicos, morfológicos, organolépticos, o simplemente de presentación y aún de cambio en las posibilidades de acceso a los mismos, en cuanto a oportunidad, momento o tiempo." (Osorio, *op. cit.*, pág. 14)

Obviamente, quedan incluidos los servicios, entre ellos la propuesta cultural, en cuanto satisface necesidades del demandante de la misma, y aún en ciertos casos en que éste sea un sujeto plural como es la sociedad en su conjunto.

"El análisis económico del arte, lo mismo que el de la educación, la salud o los deportes, no presenta mayores problemas de definición que el análisis de los bienes y servicios de otras economías. Es posible que los factores que influyen en la creación artística y el consumo del arte sean especialmente numerosos y que la relación entre ellos sea, por su esencia, más compleja que en el caso, digamos, de la producción y el consumo de pan. Pero el arte y la cultura están, en principio, sujetos a la escasez, es decir, no son bienes libres; proporcionan «utilidad» a los individuos que las demandan, y necesitan recursos

[4] Al respecto, Johnson ( 2003, pág. 315) sostiene: "*Un anuario internacional reciente (Zils, 2000) enumera en 40.000 la cantidad de museos en el mundo. Se estima (Creigh-Tyte y Selwood, 1998) que a mediados de los 90, existían alrededor 19.000 museos en la Unión Europea (excepto Grecia e Irlanda, países para los cuales no existían datos disponibles). Estos museos atrajeron cerca de 370 millones de visitas. En los EE.UU., existen actualmente más de 8.300 museos, atrayendo casi 900 millones de visitas".*

para su creación. Tan pronto como es posible observar expresiones de preferencias en los individuos, –el deseo de pagar por una entrada de teatro, el pintar un cuadro para su venta o incluso el tocar el piano por propio placer–, entonces le es posible al economista analizar el comportamiento de quien oferta arte y cultura y de quien los demanda".(Frey, *op. cit*, pág. 14)

Queda entones explicitado, sin vestigios de duda, que el producto o servicio que tiene como objetivo satisfacer necesidades por medio de la cultura, en sus diversas expresiones y connotaciones, surge en un proceso productivo, y por ende, sujeto a las mismas premisas que los procesos "industriales".

Bajo los conceptos antes mencionados y acorde a los objetivos del trabajo, deberá cuestionarse las implicancias económicas de este tipo de bienes y servicios culturales, y sus vínculos con la Teoría General del Costo.

4) Los servicios culturales y la Teoría General del Costo

Spranzi (*op. cit.*, pág. 69) sostiene que, a diferencia de otras formas del conocimiento como la filosófica, científica, histórica, la conciencia artística se caracteriza por ser transmitida en un lenguaje alusivo, indirecto, evocativo. Este lenguaje del arte se sirve de una modalidad técnica comunicativa de diversa naturaleza: verbal, musical, cromática, gestual, etc. El uso de cada uno de estos sub-lenguajes, o de una combinación de ellos, caracteriza a una determinada forma de arte, como se puede ejemplificar por la narrativa (lenguaje verbal), o la pintura (lenguaje cromático y figurativo)

Aunque las opciones son múltiples, como ya fue expuesto en el alcance del trabajo, este capítulo se acotará a las obras de arte relacionadas con la pintura y la escultura, o más específicamente, a los museos como entes captadores de este tipo de recursos, y que brindan una satisfacción al cliente basadas en un "servicio cultural"

Pero al intentar analizar los recursos sacrificados en el proceso, habrá previamente que definir si el enfoque se efectuará desde el punto de vista técnico o económico, conceptos ambos contemplados en la Teoría General.

Según García (2002,pág 294), la actividad productiva puede ser examinada desde ambos enfoques, siendo el segundo inclusivo del primero pero no la inversa, es decir, el análisis de una transformación económica abarca forzosamente la consideración de una transformación técnica pero una transformación técnica no necesariamente deriva en el análisis de la misma desde la perspectiva de una transformación económica.

4.1 Un enfoque técnico

Si el abordaje se efectúa desde el punto de vista técnico, el costo, en este enfoque, se remite a una relación esencialmente física entre cantidades de factores y cantidades de objetivos (Cartier, 1999). Según Furlan y Provenzali (1978, pág. 53) el costo tecnológico no sería otra cosa que el conjunto de las energías (de los factores productivos) destruidas en la producción.

Desde un enfoque técnico, la destrucción de la capacidad de servir al proceso, es entonces, la esencia del costo. No escapa a esta realidad la pérdida de potencialidad de las obras de arte, -en la medida que son volcadas a un proceso productivo - debido a un continuo, aunque en muchos casos mínimo, descenso en la capacidad de prestar servicios. Como ejemplo teórico, es fácil enunciar diversas obras de arte que no soportan la carga de público a la que están expuestas[5], y que a raíz de esta problemática, los entes poseedores de esos recursos han decidido acotar el flujo de visitantes, con el objetivo de adecuar las condiciones de humedad, luz, logística, etc. y minimizar los daños causados por la exposición pública de las mismas[6]

Para intentar cuantificar esa pérdida de potencialidad, habrá primeramente que comenzar por definir las características propias de este tipo de recursos.

Napoleoni (1973, pág. 24) clasifica a los bienes en duraderos y no duraderos, siendo los primeros los que pueden someterse a más de un uso antes de agotarse, y dan lugar a un flujo de servicios durante una sucesión de períodos. Spranzi (1966, pág. 209) clasifica como potenciales a aquellos factores productivos indivisibles en el empleo, en el que las energías productivas o servicios volcados pueden ser utilizados de una forma gradual y a veces incompleta en el proceso productivo, obteniéndose generalmente un excedente de la cantidad empleada con respecto a la requerida. Cartier (2001, pág. 40), en una clasificación similar, denomina no divisibles a los factores en el que la unidad "física" volcada al proceso no coincide con su unidad de servicio.

[5] Existen actualmente interesantes estudios y publicaciones relacionados con parámetros vinculados con la capacidad de acogida turística y la gestión de los flujos de visitantes, puede verse, por ejemplo a García, M ( 2001) en ***Turismo y conjuntos monumentales: capacidad de acogida turística y gestión de flujos de visitantes*** Tesis Doctoral

[6] El acceso a la Cueva de Altamira, por ejemplo, está limitado a un número fijo de personas al día. Este cupo se estableció ya en 1982 para garantizar la conservación del arte rupestre y como consecuencia de los estudios realizados a tal fin.

Si se entiende entonces, más allá de la denominación empleada, que las obras de arte puestas a disposición de un proceso son factores potenciales, la perdida de potencialidad estará dada por las unidades de servicio que han sido volcadas a ese proceso.

El servicio prestado en un proceso como el definido, por una obra de arte, podría ser el uso que el consumidor hiciera de la misma. Ante esto, Spranzi (2003, pág. 71) sostiene que el acto de consumo del arte es la *interpretación* de dicho arte por parte del consumidor, por lo que podría concluirse, que si no hay interpretación, no hay uso, y por ende, no hay consumo ni pérdida de potencialidad.

Sin embargo, el enfoque de Spranzi está basado en una óptica del consumidor de arte y no del ente. Desde el punto de vista del ente, habrá consumo, y por tanto, pérdida de potencialidad, en la medida que la obra se haya volcado al proceso, independientemente de si la satisfacción del usuario ha sido, o no, colmada.

No pretende este trabajo, determinar la pérdida de potencialidad, o el deterioro físico al que suelen estar expuestas las obras de arte, cuando estas forman parte de un proceso productivo. Existen múltiples estudios sobre la gestión de carga de público a los museos, así como investigaciones sobre la conservación del patrimonio cultural en sus diversas acepciones, que abordan, sin duda con mayor acierto, los intentos que aquí podrían hacerse. El objetivo de este trabajo es enfatizar sobre el aspecto conceptual que involucra el consumo - en su acepción física - de las obras de arte por el proceso.

Queda analizar el otro componente del costo, siguiendo ya que pensamiento de la escuela alemana e italiana, es posible afirmar que, en la teoría de los costos de producción, el costo se define como la entidad resultante del producto de una cantidad física del empleo de un factor, por un precio típicamente no negociado (Spranzi,1966, pág. 54)

Es entonces que el flujo físico de recursos consumidos es cuantificado mediante un precio unitario, “Toda expresión monetaria se basa en la necesidad instrumental de manejar una unidad común para todos los factores productivos considerados necesarios.” (Cartier, 1999) El dinero entonces no sería sino un medio, un instrumento para medir las energías destruidas en la producción y hacerlas homogéneas a fines contables. (Furlan y Provenzali, *op. cit.* pág. 59)

Con relación al precio de las obras de arte, no escapa al lector que suele existir una revalorización prácticamente constante de las mismas, alcanzándose, en este año 2004, los mayores precios pagados por una pintura[7]. Sin embargo, el abordaje conceptual de este punto, aunque ciertamente complejo, no conlleva a una problemática significativa, ya

[7] El 5 de mayo de 2004, Sotheby’s vendió en 104 millones de dólares el cuadro de Picasso “Niño con pipa” El récord anterior correspondía a "Retrato del doctor Gachet", de Vincent van Gogh, vendido por 82,5 millones de dólares en 1990

que la valorización, bajo un enfoque técnico, tiene como objetivo fundamental la homogeneización del consumo de los diversos factores productivos.

Al respecto Osorio (*op. cit.* pág. 205) sostiene que si el objeto perseguido no es la vinculación del costo con los beneficios, cualquiera sea el precio asignado a los factores, y en la medida que sean representativos del valor relativo de cada uno de ellos, éste sería válido. Para el control de gestión interna, en términos de cumplimiento de objetivos fijados, este autor manifiesta la no relevancia del "precio" asignado a los factores, mientras exista consistencia en la asignación.

Sin embargo, si el enfoque dado incluye la economía de la hacienda, se concuerda con Osorio en que el componente monetario asume entonces una importancia totalmente distinta y debe ajustarse a la realidad económica y tener en cuenta circunstancias y variables que exceden el simple objeto de la producción.

4.2 Un enfoque económico

Según García García (1983, pág. 71), desde un punto de vista económico, el sistema productivo opera la transformación de unos ***valores*** económicos en otros, por lo que la operación de producción aparece como una transición del valor de los factores al valor de los productos, más precisamente una reproducción del valor de los factores en el valor de los productos.

Este autor, hace hincapié en el intercambio social de valores, destacando que la operación de producción no es una mera traducción de magnitudes técnicas a magnitudes de valor, ya que desde el punto de vista económico no tiene sentido el contemplar la operación de producción aislada del contexto social en que se da y dentro del cual se coordina con las demás operaciones para impulsar el ciclo reproductivo total del valor.

El gran reto, es entonces determinar el valor de los factores involucrados, reto que se acrecienta cuando dichos factores son obras de arte que forman parte de un proceso productivo. Si en lineamiento con la escuela austríaca, el valor está representado por la capacidad de una mercancía de dar satisfacción a los consumidores, se está frente a una posición psicológica y hedonista (Dobb, 1938), y los precios son considerados sencillamente como el resultado de valoraciones subjetivas en la mente de los individuos interesados.

Ya Javosn en 1871, en el prólogo de su famosa obra *La teoría de la economía política* expresaba: "En esta obra, he intentado tratar a la economía como el cálculo del placer y del dolor..." y en un pasaje muy citado de su obra, afirma: "la continua reflexión y la investigación me han conducido a la idea, algo novedosa, de que el valor depende por entero de la utilidad...."

Sin embargo, el placer y la utilidad[8] que las obras de arte proporcionan, ha ido variando a través del tiempo, y concomitantemente, ha ido variando el valor, como juicio subjetivo, de las mismas.

Como ya se expuso, es con el nacimiento de la burguesía europea, que la pintura deja de ser un privilegio de la iglesia y la realeza, y ante este nuevo mercado, mercado captado rápidamente por los artistas, surgen nuevas técnicas y temáticas pictóricas, y comienza, aunque de forma incipiente un nuevo mercado del arte. Frey (*op. cit*, pág168) hace un interesante análisis sobre cómo ha variado en el tiempo el placer que las obras de arte proporcionan, señalando que en algunos géneros pictóricos, la demanda sigue una secuencia sistemática en el tiempo[9].

Merece destacar que, a raíz de la característica de unicidad de las obras de arte, no suele existir un mercado de donde tomar el precio de dichas obras. Las técnicas más utilizadas para determinar el valor de los bienes no disponibles en el mercado, es la "disposición a pagar" de los individuos. Es posible señalar tres metodologías basadas en esta técnica, el "*enfoque hedónico del mercado*" que determina el valor de un bien cultural analizando los mercados privados que reflejan indirectamente la utilidad de que disfrutan las personas, el conocido "*enfoque del coste del desplazamiento*", y la "*valoración contingente*, siendo esta última, la metodología más utilizada por la mayoría de los economistas, y consiste en utilizar sondeos muestrales para calcular la voluntad o disposición a pagar por un objeto cultural.

Sin embargo, al momento de asignar un *valor económico* a una obra de arte, existen diversas posiciones entre los estudiosos de la economía de la cultura, entre las que se destaca la línea de investigación que Throsby propone en *Economist and Culture*, al considerar un *valor cultural* diferente del valor económico.

[8] "Desde el punto de vista económico, la calificación de *útil* atribuida a una cosa no implica un juicio de aprobación y, por tanto, no tiene un significado opuesto al de *dañino*. Una cosa puede ser dañina para la salud física, mental, psíquica o espiritual del hombre, pero si se la considera en cuanto a que hay alguien que sienta necesidad de ella y constata la necesidad de satisfacer esta necesidad mediante el uso de la cosa en cuestión, entonces esa cosa es útil. Por ello, en sentido económico, lo contrario de útil no es dañino, sino inútil". Napoleoni, C. Curso de Economía Política. pág. 24

[9] Al respecto sostiene que los retratos fueron al principio de poco interés, excepto para la persona representada, su familia o su empresa y no son objeto de comercio. Si el pintor se hace famoso, el género pierde relevancia, y se comercia como pintura. Un buen ejemplo serían los retratos de Tiziano, cuyo sujeto hoy poco importa. Las circunstancias sociales afectan a los rendimientos psicológicos de poseer un género determinado de objetos de arte, por ejemplo, hoy en día, la pintura religiosa que representa una crucifixión o la tortura de un santo, los cuadros de escenas sangrientas de guerra o de caza muerta, no están de moda y por lo tanto no las demandan los coleccionistas privados. Este mercado, si es que existe, está dominado por compradores que no se ven afectados por estas consideraciones, sobre todo museos de arte, que pueden aducir que no están interesados más que en los aspectos históricos o en completar alguna colección a la que el museo se haya dedicado. Estos coleccionistas puros tienden a dominar este tipo de mercado y, en situaciones de equilibrio, los ingresos psicológicos son altos y el rendimiento financiero bajo en este tipo de pintura. Los especuladores participarán intensamente en este tipo de mercado de arte sólo si pueden prever un cambio en los gustos, cambio que no suele ocurrir

El concepto de capital ha ido variando a lo largo del tiempo, y en épocas recientes, se ha extendido al campo del arte y la cultura, en un esfuerzo por reconocer las características distintivas de las obras de arte y otros productos culturales, e interpretar la forma en que dichos bienes, combinadas con otros imputs, contribuyen a la producción de servicios y productos culturales. (Throsby, 2003, pág. 166)

El capital cultural puede tener, sin embargo, características propias que lo distinguen de otros bienes de capital. Al respecto, Throsby (*op.cit.*, pág. 167) señala el debate existente entre los economistas de la cultura con respecto a la pertinencia de diferenciar los bienes culturales de otros servicios y bienes económicos: Si se está en la posición que dicha diferenciación no amerita, un bien cultural es entonces aquel bien económico que ha incorporado creatividad humana en su creación, que tiene asociado un significado simbólico, (o múltiples significados), y en el cual es identificable la incorporación de cierta propiedad intelectual.

Otra visión al definir el capital cultural, - más fructuosa según Throsby (*op.cit.*,pág. 167) se puede basar en los *tipos de valor* a los cuales los activos culturales se cotizan. Como ejemplo considera un edificio religioso histórico: ese edificio puede tener un precio de venta potencial como propiedad inmobiliaria, otro valor basado, por ejemplo, en la cuantificación del flujo descontado de fondos provenientes de la venta de entradas, etc. Pero estas medidas de valor económico pueden ser incapaces de representar la gama y complejidad del valor cultural del edificio: éste puede tener una significación religiosa incapaz de ser expresada en términos monetarios, el edificio pudo haber tenido una influencia en cierto estilo arquitectónico, puede actuar como símbolo de identidad de la ciudad, etcétera. Todas estas consideraciones, y muchas más, son elementos que definen el valor cultural del edificio. Su calidad estética, su significado espiritual, su función social, su significación simbólica, su importancia histórica, etc., influenciarán en el valor económico del edificio, pero no hay razón de suponer una correlación perfecta entre valor económico y valor cultural. Si este concepto del valor cultural se acepta (a pesar de los problemas considerables de identificarlo y medirlo en la práctica), puede ser utilizado en la formulación de una definición del capital cultural. Es decir, siguiendo esta línea, el capital cultural se puede definir como un activo que incorpore, almacene o dé lugar a valor cultural, independientemente del valor económico que pueda poseer.

Es entonces, y en lineamiento con Álvarez y Díaz (o*p. cit.* pág. 9), que es posible afirmar que en todo proceso de decisión económica, el valor cultural- aún sin definición precisa - debería ser considerado conjuntamente con el valor económico.

La aplicación de esta nueva concepción del valor señala un camino promisorio en la disciplina, y en el que, sin duda, se deberá seguir avanzando.

## Reflexiones finales

La economía de la cultura, como nueva disciplina, ha hecho importantes avances en el estudio de las relaciones económicas vinculadas a la cultura. Sin embargo, deberá tenerse presente que el mercado del arte tiene características propias, que lo distinguen de otros mercados. “El rendimiento de la posesión de objetos de arte no consiste sólo en beneficiarse de las subidas de precio, sino también en obtener una rentabilidad psicológica. Las investigaciones de los economistas sobre rendimientos financieros han dejado casi completamente de lado este aspecto psicológico, que es el que básicamente distingue el mercado del arte de los mercados puramente financieros”.(Frey, o*p. cit.* pág. 166)

Para una cabal comprensión, tanto de las interrelaciones dinámicas entre las obras de arte y los productos y servicios culturales, como de las características de los mercados relacionados al arte, es menester un análisis interdisciplinario, en el que se consideren enfoques psicológicos, antropológicos, históricos, estéticos, etc.

La concepción del valor es unos de los pilares básicos de la economía, y por ende, tema recurrentemente planteado por las diversas escuelas del pensamiento económico. Sin embargo, parecería ser que, al menos con relación al *valor* de las obras de arte, aún queda camino por recorrer, camino que se verá enriquecido si se transita de la mano de otras ciencias sociales.

Se eligió para la finalización de este trabajo una afirmación de Throsby (2001, pág. 26), que resume una posición que, según las autoras, debería ser la línea a seguir por la disciplina, en particular, por los economistas de la cultura con especialización en museos: *“La dimensión del valor cultural, y la metodología que podría emplearse en su valuación son cuestiones que deberían originarse desde un discurso cultural... incluso cuando en alguna cuestión pudiera utilizarse los propios del pensamiento económico para modelizarlos “*

Referencias


Álvarez, Antonio y Díaz, Miguel ( 2001): *La provisión de cultura en España desde una perspectiva del análisis regional*. Revista Información Comercial Española, Número 792. Madrid

Baumol, William J. y Bowen, William G. (1966*): Performing Arts-The Economic Dilemma.* Cambridge, MA: Twentieth Century Fox.

Becker, Gary (1976): *The Economic Approach to Human Behavior*. University of Chicago Press,

Budiño, G (2004): Sistemas de información para la satisfacción de clientes. *Universitario Autónomo del Sur-Uruguay*.

Cartier, Enrique (1999*)*: *La teoría del costo en el proceso de armonización internacional de la normativa contable.* Trabajo presentado en el XXII. Congreso Argentino de Profesores Universitarios de Costos. Concordia. Argentina.

Cartier, Enrique (2001*) Categorías de Factores productivos*. Anales del XXIV Congreso Argentino de Profesores Universitarios de Costos. Editorial Buyatti. Córdoba. Argentina.

Dobb, Maurice (1938): *Introducción a la economía* Fondo de Cultura Económica. México

Drey, Paul (1910): *Die wirtschaftlichen Grundlagen der Malkunst*. Stuttgart y Berlín: Cotta.

Frey, Bruno ( 2000) *La economía del arte.* La Caixa. Colección de estudios económicos Nº 18

Furlan, Santino y Provenzali, Piero ( 1978) *Contabilidad de Costos e informaciones extracontables*- Ediciones Deusto, 3ª edición, Bilbao

Gallais-Hamonno, Georges (1972): *Des loisirs: analyse économique de la demande de loisirs en France.* Paris: Société d'Études et de Documentation Economiques, Industrielles et Sociales.

García, Laura (2002) *El significado del costo*. Anales del XXV Congreso Argentino de Profesores Universitarios de Costos. Editorial Buyatti. Buenos Aires.

García García, Moises (1983) *Economía de la producción y contabilidad de costes.* Ministerio de Economía y Hacienda. Madrid

García, María (2001*) Turismo y conjuntos monumentales: capacidad de acogida turística y gestión de flujos de visitantes.* Tesis Doctoral

Javons, William (1871) La teoría de la economía política. Ediciones Pirámide SA. 1998

Johnson, Peter (2003): *A handbook of cultural economist*

Kindermann, Carl (1903): *Volkswirtschaft und Kunst*. Jena: Fischer.

Koster,Pau y Carrasco, Salvador (2001): *La provisión de cultura en España desde una perspectiva del análisis regional*. Revista Información Comercial Española, Numero 792. Madrid

More, Thomas G. (1968): *The Economics of American Theatre.* Durham, N.C.: Duke University Press.

Napoleoni, Claudio (1973): C*urso de economía política*. Oikos-tau ediciones. Barcelona

Osorio, Oscar.(1992): *La capacidad de producción y los costos*. Segunda Edición. Ediciones Macchi. Buenos Aires

Prieto, Luis (2001): *La provisión de cultura en España desde una perspectiva del análisis regional*. Revista Información Comercial Española, Numero 792. Madrid

Ruete, J., Germán, L., Moragues, G., Budiño, G. T., & Rossi, W. (2007). Tratamiento contable del fideicomiso (No. M-3467).

Spranzi, Aldo. (1966): *La variabilidad de los costes de producción*. Editorial Montecorvo. Madrid

Spranzi, Aldo. (1996): *Art Economics . A consumer oriented art economics*. Cescom. Milano

Spranzi, Aldo. ( 2003): *Economia dell' arte.* Edizioni Unicopli. Milano.

Throsby, David (2001): *Economics and Culture*. Cambridge University Press

Throsby, David (2003): *A handbook of cultural economist.*