

MATERIA  
Economía da Cultura

TITULACIÓN  
Grao en Xestión Cultural

unidade  
didáctica  
**3**

# Introdución á economía da cultura

Raul Rios Rodríguez  
Hugo Campos Romero

Área de Economía Aplicada  
Departamento de Economía Aplicada  
Facultade de Humanidades

unidadesdidácticas  
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA



Esta obra atópase baixo unha licenza internacional Creative Commons BY-NC-ND 4.0. Calquera forma de reprodución, distribución, comunicación pública ou transformación desta obra non incluída na licenza Creative Commons BY-NC-ND 4.0 só pode ser realizada coa autorización expresa dos titulares, salvo excepción prevista pola lei. Pode acceder Vde. ao texto completo da licenza nesta ligazón: <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.gl>

© Universidade de Santiago de Compostela, 2023

**Deseño e maquetación**

J. M. Gairí

**Edita**

Edicións USC

<https://www.usc.gal/publicacions>

**DOI**

<https://dx.doi.org/10.15304/9788419679796>

**MATERIA: Economía da Cultura**

**TITULACIÓN: Grao en Xestión Cultural**

PROGRAMA XERAL DO CURSO

Localización da presente unidade didáctica

**Unidade I. Introdución á economía**

A economía como ciencia social

O método estrutural en economía

**Unidade II. A economía mundial, da UE, España e Galiza**

Os principais agregados económicos

Estrutura económica de Galiza no marco español e europeo

**Unidade III. Introdución á economía da cultura**

Economía da cultura. Ideas iniciais

Definición de bens culturais e bens artísticos. Valor artístico e cultural

A economía da cultura na historia do pensamento económico

**Unidade IV. Fundamentos teóricos da economía da cultura**

A cultura na economía actual

A cultura como ben superior?

A doenza dos custos

Innovación e destrución creadora nas industrias culturais

A cultura como ben público

**Unidade V. As contas do sector cultural**

Estatísticas culturais. Fontes e metodoloxías estatísticas

As contas económicas do sector da cultura. Europa, España e Galiza

**Unidade VI. Infraestruturas e equipamentos culturais. Promoción cultural**

As infraestruturas culturais

O patrimonio cultural material

Infraestruturas culturais e patrimonio en cifras

**Unidade VII. Economía do turismo**

Sector turístico: conceptos básicos

Demanda turística

Oferta turística

As contas económicas do sector turístico

**Unidade VIII. Metodoloxías de avaliación económica dos servizos culturais**

Políticas públicas culturais. Concepto

Indicadores para a medición e avaliación dos servizos culturais

## **ÍNDICE**

---

### **PRESENTACIÓN**

### **OBXECTIVOS**

### **OS PRINCIPIOS METODOLÓXICOS**

### **OS CONTIDOS BÁSICOS**

1. Economía da cultura. Ideas iniciais
2. Definición de bens culturais e bens artísticos. Valor artístico e cultural
  - 2.1. Bens culturais e bens artísticos
  - 2.2. Tipos de valor
3. A economía da cultura na historia do pensamento económico
  - 3.1. Nota previa: O concepto de externalidade en economía
  - 3.2. A economía da cultura antes da economía
    - 3.2.1. A arte como paixón; as paixóns como motores da actividade humana
    - 3.2.2. Primeiras reflexións sobre os determinantes do prezo da arte
  - 3.3. Adam Smith
  - 3.4. Século XIX
    - 3.4.1. Jeremy Bentham
    - 3.4.2. Os marxinalistas
  - 3.5. Principios do século XX
    - 3.5.1. Escola institucionalista: Thorstein Veblen
    - 3.5.2. Keynes e o Bloomsbury Group

### **ACTIVIDADES PROPOSTAS**

### **AVALIACIÓN DA UNIDADE DIDÁCTICA**

### **BIBLIOGRAFÍA**

## PRESENTACIÓN

---

A unidade didáctica «Introdución á economía da cultura» pertence á materia Economía da Cultura, correspondente ao primeiro curso do Grao en Xestión Cultural, impartido tanto en modalidade presencial como semipresencial. Segundo o plan de estudos da titulación (BOE nº 14, de 17 de xaneiro de 2022), esta disciplina ten carácter de formación básica. A súa carga lectiva é de 6 créditos ECTS e impártese no primeiro semestre.

A materia Economía da Cultura ten como obxectivo que o alumnado sexa capaz de comprender o funcionamento da economía actual e, en particular, do sector cultural; coñecer e saber utilizar as fontes estatísticas existentes para o estudo da economía da cultura; determinar a contribución da cultura á economía de Europa, de España e de Galiza; coñecer as técnicas de valoración económica dos servizos culturais, identificar e saber explicar os cambios estruturais do sector cultural e ser capaz de realizar estudos sobre sectores culturais desde o punto de vista económico.

A programación docente de Economía da Cultura divídese en oito unidades didácticas, combinando un enfoque teórico e práctico. A presente unidade didáctica é eminentemente teórica, introducindo os principais conceptos da disciplina de economía da cultura e realizando unha panorámica histórica sobre a mesma.

Esta unidade didáctica diríxese ao alumnado de primeiro curso do Grao en Xestión Cultural matriculado na materia. Aliás, pode resultar de utilidade para o profesorado que imparte docencia na materia, xa que achega información precisa dos contidos abordados e das actividades desenvolvidas. Tamén pretende servir como instrumento para a coordinación de materias, buscando evitar solapamentos entre temarios e construír sinerxías que resulten nunha formación máis integral. Para alén do Grao en Xestión Cultural, esta unidade didáctica tamén resulta de interese para alumnado e profesorado doutros títulos, especialmente do campo das ciencias sociais e humanidades, como por exemplo os graos en Economía, Administración e Dirección de Empresas, Historia da Arte, Xornalismo, Comunicación Audiovisual, ou as diferentes filoloxías.

## OBXECTIVOS

---

O obxectivo desta unidade didáctica é introducir os conceptos teóricos básicos da economía da cultura. Trátase, polo tanto, dunha unidade didáctica que senta as bases do resto da materia. Este obxectivo principal pode subdividirse nos seguintes obxectivos específicos:

- **Obxectivo 1:** Saber cal é o obxecto de estudo da economía da cultura, isto é, as preguntas que se formula e que trata de responder esta subdisciplina da ciencia económica.
- **Obxectivo 2:** Ser capaces de definir os bens artísticos e culturais, e saber que é o que os diferencia doutro tipo de bens.
- **Obxectivo 3:** Coñecer as principais ideas e opinións que se formularon acerca da cultura desde un punto de vista económico ao longo da historia.

Trátase de saber que pensaban os economistas históricos sobre cuestións que aínda seguen sendo relevantes e obxecto de debate para a economía da cultura.

## OS PRINCIPIOS METODOLÓXICOS

---

De acordo co modelo do Espazo Europeo de Educación Superior, para o ensino da materia combinaranse as aulas expositivas coas interactivas, sendo complementadas coas titorías e a realización de traballos individuais e en grupo.

As sesións expositivas desenvolverán o temario da materia seguindo o formato de exposición maxistral por parte do docente, se ben tamén se incentivará certa participación activa do alumnado para procurar certo dinamismo e manter a atención. O método afirmativo combinarase co método de elaboración interrogativo, coa finalidade de que o alumnado aplique a lóxica e practique o razoamento indutivo e dedutivo.

Pola súa parte, nas sesións interactivas realizarase un achegamento de tipo práctico aos contidos da materia, de forma que o alumnado aplique a situacións reais os contidos teóricos adquiridos. As sesións interactivas utilizaranse tanto para desenvolver tarefas como para expor tarefas que foran desenvolvidas no tempo de traballo persoal. As tarefas prácticas consistirán, principalmente pero non de forma exclusiva, na lectura, análise e exposición de textos ligados aos contidos da materia; na busca de información relevante sobre economía da cultura; no tratamento de información cuantitativa a través de follas de cálculo; e na realización de exposicións públicas, apoiándose no seu caso de programas de presentacións e de gráficos ou táboas.

## OS CONTIDOS BÁSICOS

---

### 1. Economía da cultura. Ideas iniciais

A economía da cultura pode ser definida como aquela rama da economía que estuda a creación, distribución e consumo de produtos culturais. O estudo da produción, distribución e consumo de bens e servizos é o propósito da economía en xeral; neste caso o elemento específico é que a actividade económica que se estuda é a cultura.

Algunhas preguntas ás que trata de dar resposta a economía da cultura, e que nos permiten ir aterrando na materia, son as seguintes:

- Que actividades forman parte do sector das artes e a cultura?
- Existen especificidades dos produtos artísticos e culturais que os diferencien doutro tipo de produtos?
- En que se diferencian os conceptos de arte e cultura?
- Que actividades de ocio forman parte da cultura e cales non?
- Cal é o valor económico da cultura? Existen outros tipos de valor alén do económico?
- Como poden ser valoradas o resto de achegas do sector cultural?

Explorar respostas para estas preguntas é o obxectivo da materia, aínda que en moitas ocasións non sexa posíbel (nin desexábel) ofrecer respostas pechadas.

No que resta desta epígrafe introdutoria vamos tratar de definir unha serie de conceptos básicos, comezando polo propio **concepto de cultura**. Trátase dunha palabra difícil de definir; é unha desas palabras que todo o mundo utiliza e todo o mundo entende, pero resúltanos difícil chegar á esencia do seu significado e delimitar o que é cultura e o que non o é.

O Dicionario da Real Academia Galega ofrece dúas acepcións do termo cultura:

Conxunto de coñecementos xerais que posúe unha persoa, adquiridos mediante a instrución ou a experiencia.

Conxunto de coñecementos, crenzas e costumes que caracterizan as sociedades humanas organizadas, particularmente as máis avanzadas.

A primeira acepción sería un sinónimo de formación. Alguén culto é alguén formado, alguén que dispón de coñecementos. Este significado, aínda que pode gardar certa relación co noso obxecto de estudo, non nos interesa demasiado.

A segunda acepción si que nos resulta de utilidade para o propósito da materia. É unha definición ampla, que parte dunha perspectiva antropolóxica. Dentro desta definición de cultura entraría todo aquilo derivado da tradición e o patrimonio: o folklore, as formas de relacionarse socialmente, a cultura material, a relixión, a lingua, etc. Estamos a falar, polo tanto, de coñecementos socialmente compartidos que permiten que os individuos entendan a súa realidade social e saiban como actuar en determinados contextos.

## 2. Definición de bens culturais e bens artísticos. Valor artístico e cultural

Tendo en conta o anterior, na presente epígrafe definiranse os bens culturais e os bens artísticos. Para iso, é necesario realizar unha aproximación ao concepto de valor e aos diferentes tipos de valor que existen. Así, en primeiro lugar, desenvolveremos as definicións de bens culturais e artísticos e, máis adiante, deterémonos no concepto de valor.

### 2.1. Bens culturais e bens artísticos

Os bens e servizos culturais pódense definir como aqueles bens e servizos que teñen **valor cultural**. Que quere dicir, daquela, que algo teña valor cultural?

O filósofo social Robert Nozick explica que aqueles bens con valor cultural son aqueles cuxo significado deriva da «unidade na diversidade» dun grupo cultural específico e do feito de que simbolizan, a través da súa procedencia, a unidade e distinción dese grupo. Dicar que algo (non só a cultura) deriva da «unidade na diversidade» significa que ese algo está composto por unha diversidade de elementos, por compoñentes máis pequenos, e que constitúe unha unidade orgánica que é algo novo e distinto das súas partes constitutivas. Isto é aplicábel aos grupos humanos, que son diversos (están constituídos por individuos separábeis e diferentes entre si) e ao mesmo tempo forman unha unidade orgánica, no sentido de que comparten

características que lles permiten diferenciarse doutros grupos. **Os produtos culturais caracterízanse por proceder dun grupo cultural específico**, son produtos dunha cultura; e é a través desa procedencia que adquiren o seu significado. Así, os produtos culturais simbolizan a unidade e distinción dun grupo cultural.

Os bens artísticos poden ser definidos como aqueles bens con **valor artístico**. Non é o mesmo un ben artístico que un ben cultural, aínda que en moitas ocasións haxa bens que poidan ter tanto valor artístico como valor cultural. O que define o valor artístico é a novidade da peza, o feito de ser algo substancialmente diferente a outras cousas que xa existían antes. E iso é posíbel porque o artista, quen producíu a obra de arte, utilizou a súa creatividade. É dicir, **o valor artístico deriva da pegada creativa que o artista imprime na obra**. Porén, hai que ter en conta que a arte é un acto comunicativo e que, polo tanto, ten que haber un receptor que sexa capaz de interpretar a obra, experimentando os procesos mentais de descubrimento da novidade que experimentou o propio artista (aínda que nun grao menor). Ademais, o valor artístico tamén deriva da calidade estética dos bens, e da intención de provocar no receptor unha experiencia emocional.

Se o valor cultural e o valor artístico son distintos, pode haber bens que teñan ambos tipos de valor ou que só teñan un deles. Un exemplo claro de ben con valor tanto artístico como cultural, adaptado ao noso contexto, sería a obra literaria de Castelao: ten valor artístico dado que é algo novidoso e orixinal procedente da creatividade do artista, e ten valor cultural porque é produto dunha cultura (a galega) e ao mesmo tempo representa e simboliza esa cultura. Por outra parte, un exemplo de ben con valor cultural pero sen valor artístico serían os muiños. Representan unha determinada forma de vivir (actividade económica agraria) e actúan como símbolo desa parte da cultura. Porén, non teñen valor artístico, non houbo unha experiencia creativa ou, mesmo recoñecendo que o arquitecto ou artesán puido facer uso de certa creatividade e que podemos apreciar esas construcións esteticamente, a creatividade e a estética non foron os elementos centrais que conduciron á produción do ben. Por último, teoricamente poderían existir bens con valor artístico e sen valor cultural, no sentido de que non teñan unha importancia histórica ou cultural significativa. Porén, isto é raro que se dea na práctica. Na maioría de casos, os bens artísticos teñen valor cultural, xa sexa porque a obra está asociada a un movemento artístico, porque representa un momento da historia dunha sociedade ou porque influiu na forma na que se desenvolvería a arte no futuro. É dicir, o normal é que as obras de arte estean asociadas dalgún xeito ao contexto cultural e histórico no que son creadas, adquirindo así valor cultural.

## 2.2. Tipos de valor

Até agora explicamos que son o valor cultural e o valor artístico, pero estes non son os únicos tipos de valor nin os únicos que poden ter os bens culturais e artísticos.

Valor é unha desas palabras que se usan habitualmente en contornos informais pero que pode presentar dificultades á hora de ser definida. En parte, isto deriva do feito de que ao longo da historia houbo diferentes concepcións de valor, de acordo coas diferentes escolas de pensamento económico. Os economistas clásicos como Adam Smith, David Ricardo ou Karl Marx entendían que o valor dos bens e servizos

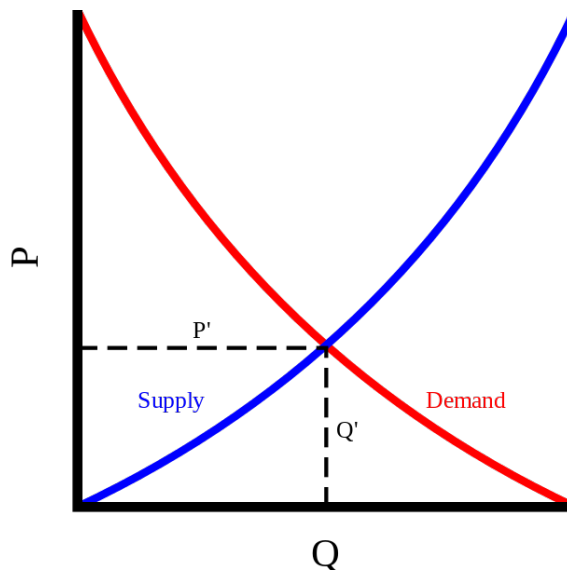


depende, en último termo, do traballo socialmente necesario para producilos. Porén, os economistas neoclásicos entendían que o valor dos bens e servizos depende da utilidade marxinal que lle concedan os posíbeis demandantes no mercado.

Prezo e valor non son sinónimos. O prezo é unha cantidade monetaria que indica o custo dun ben ou servizo, e pode ser fixado de distintas maneiras (libre mercado, intervención do estado...). O valor é un concepto máis amplo e suxeito a debate entre distintas correntes ou ideoloxías.

Dado que os neoclásicos sentaron as bases da corrente económica dominante aínda a día de hoxe, vamos desenvolver brevemente o seu concepto de valor. Como xa foi anticipado, para a escola neoclásica, o valor dos bens e servizos é determinado polo encontro entre a oferta e a demanda no mercado, que forma prezos. Enténdese que os prezos reflicten a utilidade que os axentes do mercado (ofertantes e demandantes) lle atribúen a eses bens e servizos. A utilidade é medida pola satisfacción que os consumidores esperan dos bens e servizos, é dicir, como ese ben contribúe a cubrir as necesidades ou desexos. Os neoclásicos parten do axioma de que os individuos son racionais e teñen preferencias definidas que os guían nas súas decisións de mercado.

Así, nun mercado libre, cando a oferta dun ben aumenta con respecto á demanda, o prezo tende a caer. Á inversa, se a demanda aumenta con respecto á oferta, o prezo tende a subir. Desa forma, o prezo dun ben é determinado polo equilibrio entre a oferta e a demanda. Os neoclásicos entenden que os prezos de mercado tenden ao equilibrio e expresan as preferencias do conxunto de individuos e, polo tanto, o valor dos bens e servizos. O valor determínase colectivamente no mercado.



Curvas de oferta (supply) e demanda (demand). Ao cruzárense determinan o prezo de equilibrio.

Fonte: Wikimedia Commons.

Os neoclásicos desenvolveron a teoría da utilidade marxinal. A utilidade marxinal é un concepto que se refere á utilidade (ou satisfacción) adicional que unha persoa obtén do consumo dunha unidade adicional dun ben ou servizo.

A utilidade marxinal pode ser positiva, negativa ou nula. Cando é positiva, significa que a persoa experimenta unha satisfacción adicional ao consumir máis unidades do ben ou servizo en cuestión. Por exemplo, se unha persoa estiver con sede e bebe un vaso de auga, experimentará unha satisfacción positiva. Se beber outro vaso, aínda pode seguir experimentando unha satisfacción positiva, pero a utilidade marxinal diminuirá a medida que bebe máis e máis auga.

Por outro lado, cando a utilidade marxinal é negativa, a persoa experimenta unha satisfacción reducida ao consumir máis unidades do ben ou servizo. Por exemplo, cando alguén come moita comida, pode comezar a sentirse mal ou incómoda con cada nova unidade de comida.

Isto terá importantes implicacións á hora de entender o comportamento económico dos bens artísticos e culturais.

Recapitulando, os bens artísticos e culturais teñen un valor económico ou monetario, derivado do cruzamento da oferta e a demanda no mercado. O valor económico establécese sempre por comparación: prefírese algo en maior ou menor medida que outra cousa.

Ao mesmo tempo, os bens artísticos e culturais tamén teñen un valor artístico e un valor cultural, respectivamente. O valor artístico e o valor cultural poden ser entendidos como valores intrínsecos. O **valor intrínseco** é aquel valor que teñen as cousas polo simple feito de existir, non é necesaria ningunha xustificación ulterior. Por exemplo, o pensamento humanista defende que a vida humana ten valor intrínseco. O valor artístico e o valor cultural poden ser considerados como formas específicas de valor intrínseco.

### 3. A economía da cultura na historia do pensamento económico

Até agora foron tratadas unha serie de definicións e ideas básicas de economía da cultura. O seguinte obxectivo é comprender as principais dinámicas económicas envolvidas na produción, distribución e consumo de bens e servizos artísticos e culturais. Para iso, nesta unidade introdutoria, comezaremos estudando as reflexións que realizaron diferentes economistas e escolas de pensamento acerca da arte e a cultura ao longo da historia. Isto non só nos servirá para ver como foron evolucionando as ideas co tempo, senón que, sobre todo, nos permite introducir conceptos teóricos que resultan útiles para entender o funcionamento da arte e a cultura como actividades económicas tamén na actualidade.

Como foi explicado no tema 1, a economía é unha ciencia relativamente recente. A data oficiosa de nacemento da economía é o ano 1776, cando Adam Smith publica *A riqueza das nacións*. Pero non é até a década de 1960 (200 anos despois) que comeza a formarse a economía da cultura como unha subdisciplina específica dentro da economía, é dicir, cando comeza a considerarse a arte e a cultura como un campo de actividade económica con características particulares, diferentes ás doutros sec-

tores económicos. Por este motivo, enténdese que estas actividades deben ser analizadas con ferramentas teóricas e metodolóxicas específicas. O texto pioneiro que marca simbolicamente o nacemento da economía da cultura como disciplina de seu é *Performing Arts: The Economic Dilemma*, de William J. Baumol e William G. Bowen.

Nos primeiros dous séculos de percorrido da ciencia económica, a arte e a cultura eran vistas en xeral como un luxo ou mesmo como unha perda de tempo, polo que recibían moi pouca atención por parte dos economistas. Non se consideraban un obxecto de estudo específico do campo da economía.

Porén, existen certas excepcións ao anterior. Houbo algúns pensadores que si que lle dedicaron certa atención, aínda que escasa, á actividade artística e cultural desde unha perspectiva económica. Ademais, non sempre foron consideradas un luxo ou perda de tempo. É nestas excepcións que nos centramos no presente apartado.

Os asuntos sobre os que reflexionaron algúns dos primeiros economistas que mostraron interese pola arte e a cultura son, en esencia, os mesmos asuntos que seguen sendo obxecto de debate na actualidade. Por exemplo:

- Cales son os efectos da cultura na economía?
- A actividade artística e cultural ten externalidades? Cales?
- Teñen a arte e a cultura algunha característica que diferencie a súa produción e o seu consumo dos doutro tipo de bens e servizos?

### 3.1. Nota previa: O concepto de externalidade en economía

Antes de comezar a explicación sobre arte e cultura na historia do pensamento económico, convén deterse brevemente no concepto de externalidade, posto que se repetirá recorrentemente ao longo de este e doutros temas da materia.

En economía, **as externalidades defínense como aqueles custos ou beneficios derivados dunha actividade económica** (produción, distribución ou consumo de bens ou servizos) **que non son reflectidos nos prezos de mercado**. É dicir, son efectos secundarios (indirectos) que se producen cando unha persoa ou empresa realiza unha actividade pero non asume todos os custos asociados á mesma ou non desfruta de todos os beneficios derivados desa actividade. Que existan externalidades significa que os custos ou beneficios privados dunha actividade económica non son iguais aos custos ou beneficios sociais desa actividade.

Que as externalidades poidan existir quer en forma de custos quer de beneficios implica que **poden ser negativas ou positivas**, respectivamente. Por exemplo, a produción de enerxía nuclear ten externalidades negativas: ten impactos negativos sobre o medio ambiente ao xerar refugallos radioactivos, pero estes impactos negativos non son asumidos como custos por parte da empresa que xera enerxía, senón pola sociedade. Un exemplo de externalidade positiva sería a actividade apícola: no proceso de produción de mel, as abellas polinizan as plantas da contorna, contribuíndo decisivamente á súa reprodución. Os agricultores da contorna e a sociedade no seu conxunto benefíciense desa labor, pero iso non repercute no prezo de mercado que o apicultor cobra polo mel que produce.

Un dos autores referenciais no estudo das externalidades é Arthur Pigou. Este autor chama a atención sobre o feito de que, se os beneficios sociais exceden os beneficios privados (é dicir, cando existen externalidades positivas), as empresas privadas tenderán a producir menos do que sería socialmente desexábel (o exemplo do apicultor). Isto sucede porque esa empresa estaría a recibir beneficios inferiores á utilidade que achegan os seus produtos á sociedade. Á inversa, se os beneficios privados son superiores ao beneficio social (é dicir, cando existen externalidades negativas), as empresas privadas tenderán a producir máis do que sería socialmente desexábel (o exemplo da enerxía nuclear). Isto sucede porque esa empresa estaría a soportar menos custos dos que xera a súa actividade (eses custos ambientais repercuten sobre terceiros).

Así, as externalidades son consideradas fallos de mercado<sup>1</sup>, o que xustifica que o estado interveña co obxectivo de corrixilos: subsidiando as actividades con externalidades positivas e gravando as actividades con externalidades negativas. Ao subsidiar as actividades con externalidades positivas, o estado consegue que os beneficios privados desa actividade se aproximen máis aos seus beneficios sociais. Do mesmo xeito, ao gravar as actividades con externalidades negativas, o estado tamén consegue que os beneficios privados desa actividade se aproximen máis aos beneficios sociais, nesta ocasión facendo recaer os custos sobre as empresas que xeran externalidades negativas. En ambos os casos, a intervención do estado provoca que as cantidades que se produzan dos bens e servizos que xeran externalidades se aproximen máis ás cantidades que serían socialmente óptimas: máis cantidade no caso das actividades con externalidades positivas, menos cantidade no caso das actividades con externalidades negativas.

### 3.2. A economía da cultura antes da economía

Antes do nacemento da economía como ciencia *stricto sensu*, xa había autores e correntes de pensamento que reflexionaban sobre cuestións que podemos considerar económicas. Antes do século XVIII, en Europa dominaba aínda unha economía precapitalista de subsistencia, baseada na agricultura de autoconsumo. Así, unha das principais preocupacións era como asignar de maneira eficiente uns recursos moi escasos. Neste sentido, as artes e a cultura ou non suscitaban interese nos pensadores da época, ou eran vistos como unha forma de desperdiciar recursos: por que gastar o tempo ou o diñeiro en actividades ou bens culturais, cando hai cousas moito máis necesarias, como comer? Houbo algúns matices sobre este pensamento dominante, que abordaremos nas seguintes subepígrafes.

---

<sup>1</sup> Tecnicamente, un fallo de mercado é unha situación na que o mercado non é capaz de asignar os recursos de forma eficiente.

### 3.2.1. *A arte como paixón; as paixóns como motores da actividade humana*

Un tema de reflexión habitual nos séculos XVII e XVIII eran as paixóns ou vicios que supostamente guiaban a acción humana. **Bernard Mandeville** entendía que o crecemento económico dependía en grande medida desas paixóns humanas, nas que se inclúen a envexa, o orgullo e a cobiza. Para poder seguir esas paixóns, as persoas necesitan recursos económicos, é dicir, necesitan ser economicamente activos (traballar) e ser competitivos (esforzarse por ser mellores que o resto). Neste sentido, a pesar de as paixóns poderen ser consideradas como algo negativo desde un punto de vista ético (vicios), terían a súa función desde o punto de vista económico ao estimular a actividade e a competitividade. Iso si, seguen considerándose actividades improdutivas, isto é, que non producen nada útil.

Referíndose ao mercado da arte en concreto, Mandeville consideraba que este se movía polas paixóns da envexa e a emulación. As persoas consumían arte co propósito de destacar sobre outros membros da comunidade ou de copiar a outros membros da comunidade que se consideraban exitosos, referentes. Neste sentido, a arte cumpría a mesma función económica que outros bens, como por exemplo os xardíns coidados, as mansións, o mobiliario luxoso ou a alta cociña; que permitían cumprir a necesidade de emulación.

A pesar de que, desde un punto de vista económico, a arte sería equiparábel a calquera outro tipo de ben susceptible de exercitar as paixóns; Mandeville si que recoñeceu que as belas artes non tiñan os efectos nocivos que si tiñan outras paixóns ou vicios como o alcohol. Así, as artes serían preferíbeis a esas outras paixóns con efectos negativos.

### 3.2.2. *Primeiras reflexións sobre os determinantes do prezo da arte*

A pesar de que, antes do nacemento da economía como ciencia, en xeral non se lle prestaba moita atención á arte e á cultura desde o punto de vista económico; si que existiron debates de interese económico. Posibelmente o máis interesante destes debates é o relativo aos determinantes do prezo das obras de arte, no que interviron (en diferentes épocas) intelectuais como John Bodin, Bernard Mandeville ou Ferdinando Galiani.

Era comunmente aceptada a idea de que os bens de subsistencia (como alimentos), que representaban a inmensa maioría do produto nacional antes da revolución industrial, tiñan un prezo que viña determinado polo lado da oferta. Expresado con outras palabras: acreditábase que o prezo dos bens dependía esencialmente do que custaba producilos<sup>2</sup>.

---

<sup>2</sup> Isto é así no suposto dos mercados de competencia perfecta, onde existen moitos oferentes para cada tipo de produto. Neste tipo de mercados, cada oferente individual vese obrigado a baixar o prezo para poder competir co resto de oferentes. Porén, o prezo non pode ser inferior aos custos de produción, dado que o vendedor perdería diñeiro. Así, o prezo tende a aproximarse aos custos de produción, pero deixando unha marxe de beneficio para o vendedor.

Para os pensadores citados, os bens artísticos constituían unha excepción á regra. O seu prezo non viña determinado pola oferta, senón pola demanda. É dicir, o prezo dos bens artísticos non dependía principalmente do que custaba produci-los, do traballo que implicaban; senón do que os consumidores estaban dispostos a pagar por eles.

Máis concretamente, **John Bodin** observou que o prezo dos bens de luxo, incluída a arte, ascendía cando o rei favorecía eses bens co seu patrocinio, non por ningunha característica inherente a eses bens. O feito de que ao rei lle gustasen determinados bens de luxo facía que outras persoas quixesen emular ese gusto, estando polo tanto dispostas a pagar máis diñeiro por adquirir eses bens. É dicir, os prezos da arte están condicionados polos gustos da xente, e os gustos da xente están condicionados polas modas de cada momento. Esta reflexión realizada por Bodin na segunda metade do século XVI anticipa algunhas ideas que volverían estar presentes en Thorstein Veblen tres séculos despois (como se verá máis adiante).

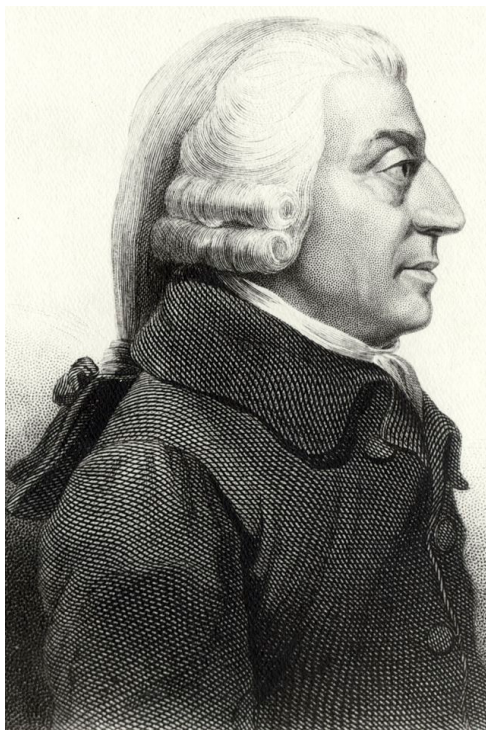
Ao mesmo tempo, e de xeito paradoxal, Bodin tamén nota que cando demasiada xente accede a un certo tipo de ben de luxo, ese ben deixaba de ser tan apreciado. Significaba que eses bens deixaran de ser tan exclusivos, xa non eran tan caros e inaccesíbeis. Ao non servir para marcar a diferenza ou superioridade a respecto do resto de persoas, as clases altas perdían o interese por ese tipo de bens.

Precisamente, o feito de que o obxectivo dos bens de luxo fose marcar as diferenzas de clase, o feito de que eses bens fosen caros non só non era un problema, senón que era algo positivo. Os fabricantes, e os artistas no caso das obras de arte, non tiñan presións por diminuír custos e prezos.

Por outro lado, **Ferdinando Galiani** tamén achegou algunhas ideas sobre os factores determinantes do prezo das obras de arte que convén enfatizar. En primeiro lugar, destacou o papel da moda. Así, a idea que o ser humano ten da beleza sería en parte innata e en parte aprendida, é dicir, dependería en parte do contexto, dos gustos predominantes na sociedade en cada momento. En definitiva, os gustos dependen das modas. Polo tanto, as modas condicionan a demanda. En segundo lugar, o prezo tamén depende da exclusividade dos bens artísticos. Por definición, cada obra de arte é única, non pode ser substituída por outra igual porque non hai outra igual. Non se pode substituír o *Guernica* de Picasso por outro cadro. Así, quen vaia vender unha obra de arte opera, na práctica, nun monopolio: é o único oferente que existe no mercado do seu produto, non hai competencia, ninguén vai ofrecer un produto igual (ou similar) a un prezo máis baixo. Iso implica que o prezo depende da demanda, do que as persoas estean dispostas a pagar por ese ben. É por isto que, a día de hoxe, as poxas teñen tanta importancia no mercado da arte.

### 3.3. Adam Smith

A arte e a cultura non eran temas relevantes para Adam Smith. Aínda así, nas súas obras podemos encontrar algunhas reflexións referidas á economía da arte e a cultura, se ben de xeito illado e desestruturado.



Adam Smith. Gravado creado por Cadell e Davies (1811), John Horsburgh (1828) ou R.C. Bell (1872).  
Fonte: Wikimedia Commons.

Na súa *Teoría dos sentimentos morais* de 1759, Smith preguntábase por que a xente compraba arte, é dicir, de onde xurdía a demanda dos bens artísticos. Para el, a noción de beleza que levaba os compradores a adquirir obras de arte estaba determinada fundamentalmente polas modas de cada tempo, como xa suxeriran antes outros autores como Bodin, Mandeville ou Galiani. Este principio non funcionaba só para explicar o funcionamento da demanda de obras de arte en sentido estricto, senón de calquera ben que incorporase «gusto» (como, por exemplo, o mobiliario ou a roupa).

Na súa obra máis importante, *A riqueza das nacións*, Smith non se refire ás artes e a cultura de forma específica, pero si que se refire a elas ao tratar outros asuntos, particularmente cando reflexiona sobre o consumo de bens de luxo. Nesta obra volve reflexionar sobre os condicionantes da demanda deste tipo de bens. Alén das modas, como xa indicara na *Teoría dos sentimentos morais*, considera que o desexo de emulación é o factor determinante da demanda dese tipo de bens. Noutras palabras, as persoas que demandaban este tipo de bens querían copiar a outras persoas que xa os tiñan, pois os bens de luxo funcionaban como símbolo de poder económico e, polo tanto, de poder social.

Na mesma liña, ao reflexionar sobre os obxectos fabricados con metais preciosos, Smith consideraba que a súa beleza era mellorada ou aumentada pola escaseza dos materiais cos que estaban feitos ou polo moito traballo que implicara producir eses bens, xa que iso implicaba que só os ricos podían acceder a eles (Smith, [1776] 1976; citado en Goodwin, 2006: 38-39):

Para a maior parte dos ricos, o principal desfrute da riqueza consiste no desfile da mesma, que aos seus ollos nunca é tan completo como cando parecen posuír esas marcas decisivas da opulencia que ninguén pode posuír salvo eles mesmos. Aos seus ollos, o mérito dun obxecto que sexa nalgunha medida útil ou belo, vese moi acrecentado pola súa escaseza, ou polo gran traballo que require reunir unha cantidade considerábel de el, un traballo que ninguén pode pagar senón eles mesmos. Tales obxectos están dispostos a ser comprados a un prezo máis alto que cousas moito máis belas e útiles, pero máis comúns. **Estas calidades de utilidade, beleza e escaseza son o fundamento orixinal do alto prezo daqueles metais [os preciosos], ou da grande cantidade doutros bens polos que estes poden ser intercambiados en calquera sitio.**

Smith diferenciaba entre o que el denominaba traballo produtivo e traballo improdutivo. O traballo produtivo sería aquel que tiña como resultado a produción de bens tanxíbeis, que eran susceptíbeis de ser intercambiados como mercadorías. O traballo improdutivo, pola contra, era aquel que non se traducía en bens tanxíbeis. Aquí a palabra «improdutivo» non ten unha connotación negativa, e o propio Smith indicaba que en moitas ocasións os chamados traballos improdutivos eran desenvolvidos polas capas máis respectábeis da sociedade. Son o tipo de traballos que hoxe consideraríamos como parte do sector servizos. Incluía profesionais como médicos, relixiosos ou militares (pénsese en profesións da época); pero tamén outras relacionadas coa arte e a cultura, como cantante ou actor/actriz.

Estas profesións terían certo tipo de valor e eran lexítimas, non estaban mal consideradas; pero para Smith non eran produtivas na medida en que, ao non daren resultados tanxíbeis, non permitirían acumular riqueza nin xerar crecemento económico.

Nos seu *Essay on Imitative Arts*<sup>3</sup>, Smith trata a arte e a cultura como un elemento distintivo da civilización humana. É interesante destacar, aínda que non se vaia entrar a fondo no tema, que este autor suxería unha xerarquía, de forma que en función do grao de civilización das sociedades, estas cultivarían en maior medida unhas artes ou outras. Así, por exemplo, afirmaba que a danza era superior á música, e que a poesía era superior á danza.

---

<sup>3</sup> Na época era común a denominación «artes imitativas» para referirse ao que na actualidade se denomina simplemente como «arte». A explicación é que naquel momento a arte pretendía, fundamentalmente, imitar a natureza (por iso «imitativa»), que era considerada o modelo de beleza.



### 3.4. Século XIX

Como xa se indicou varias veces, as reflexións sobre cultura e economía foron historicamente moi escasas e desestruturadas, non era un tema que suscitase o interese dos primeiros economistas. Aínda así, autores como Smith ou outros previos como Mandeville formularon algúns debates e realizaron algunhas reflexións de interese sobre cuestións ligadas ao que hoxe denominamos economía da cultura.

Porén, coa pasaxe ao século XIX non se continúa profundando neses debates, senón que **a cultura desaparece practicamente por completo dos estudos sobre economía política**. Xa non hai nin sequera referencias illadas a esta materia, ou hai moi poucas.

No século XIX a economía comeza a crecer e a consolidarse como ciencia, vai para alén dos ensaios de tipo filosófico que predominaban nos séculos anteriores. Podería pensarse que, ao crecer como ciencia, a economía iría atendendo novos asuntos e realizando análises máis profundas, o que levaría a atender en maior medida as cuestións relacionadas coa arte e a cultura. Porén, os economistas da época tiñan unha visión bastante estreita do que é a ciencia. Entendían que a verdadeira ciencia debía poder explicar a realidade e realizar predicións sobre esa realidade a partir de **leis xerais e simples**. É dicir, buscábase formular leis que se puidesen aplicar en todos os contextos da realidade. En definitiva, tratábase de aplicar o esquema das ciencias naturais ás ciencias sociais, pois considerábase que as ciencias naturais eran o canon, o modelo, do que debía ser unha ciencia.

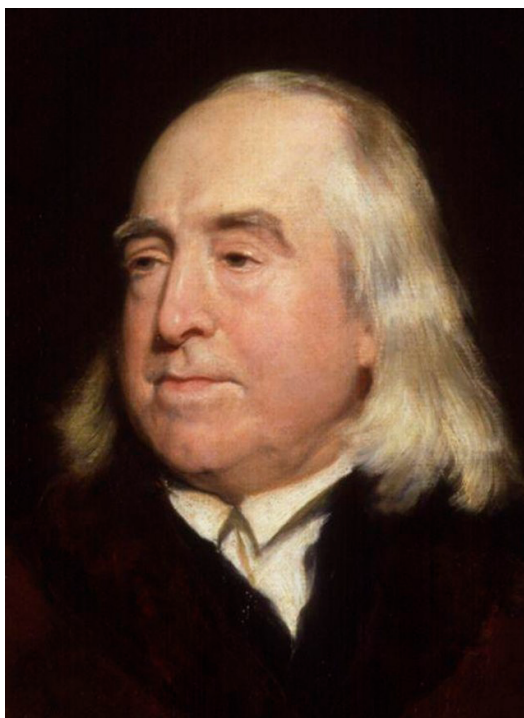
Seguindo ese modelo, algúns dos economistas do XIX postularon que o ser humano, por natureza, ten como obxectivo satisfacer o seu propio interese e, para logralo, optimiza o uso dos recursos dos que dispón. Esta sería a lei simple e xeral, e polo tanto científica, que explicaría o funcionamento da economía.

Na visión da época, as leis xerais dunha disciplina (como a economía) tiñan que cumprirse sempre para esa disciplina ser realmente científica. Polo tanto, indicar que existen excepcións e que ás veces a realidade social é complexa e non se adapta ás leis xerais simples era considerado unha ameaza ao *status* científico da disciplina económica.

Con este pano de fondo, **unha parte dos autores do século XIX optaría simplemente por obviar aqueles fenómenos que, por teren un comportamento específico, puidesen constituír excepcións ás leis xerais da economía**. Era o caso das actividades artísticas e culturais. Outra parte dos autores (da última parte) do século XIX, como veremos, si que falaría das actividades e dos bens artísticos e culturais, pero sen consideralos excepcións ás leis xerais da economía, senón ao contrario; entendendo que funcionaban do mesmo xeito que calquera outro tipo de actividade ou ben.

#### 3.4.1. Jeremy Bentham

Jeremy Bentham é o autor no que máis claramente se pode ver o tipo de tratamento que se lle daba á arte e á cultura por parte dos economistas de finais do século XVIII e da primeira parte do XIX.



Jeremy Bentham, por Henry William Pickersgill. Fonte: Wikimedia Commons.

Bentham é un dos principais expoñentes do utilitarismo<sup>4</sup>, unha filosofía moral segundo a cal a mellor acción (dentro as varias posíbeis) é a que produce a maior felicidade ou benestar para o maior número de individuos, maximizando así a súa utilidade. Na súa obra *A racionalidade da recompensa*, afirma que **o libre mercado é o mecanismo capaz de proporcionar automaticamente a cada persoa a recompensa correcta pola súa actividade**. Así, o estado debería absterse de intervir no mercado (salvo en casos moi específicos como as patentes que protexían as invencións) e evitar, deste xeito, proporcionar ás persoas unha recompensa maior ou menor da que o mercado determina.

Naquel momento tamén era común que diversos grupos sociais e económicos solicitaran o favor do estado aos seus intereses particulares, algo que Bentham condenaba enerxicamente. Do mundo da arte e a cultura tamén xurdían estas voces, “reivindicando que estas actividades eran diferentes a outras actividades económicas e que merecían certo trato de favor por parte das administracións. Bentham non só se mostrou en contra de calquera intervención no mercado para favorecer a estes sectores; senón que criticou a estes grupos afirmando que **o gasto público en cultura**

<sup>4</sup> Xunto a outros destacados intelectuais, como John Stuart Mill.

é **regresivo nos seus efectos sobre a distribución da renda**. Bentham vía a cultura como un luxo dos ricos, polo tanto, que o estado favoreza as actividades culturais é algo que beneficiaría principalmente aos ricos, a expensas dos impostos de toda a poboación, incluída a maioría de poboación de renda baixa que non consome produtos culturais.

Ademais, Bentham consideraba que o artista podía gañar a vida sen axuda do estado, que a arte xa reportaba goce creativo, reputación e beneficios; o que sería máis que suficiente. En calquera caso, non estaría eticamente xustificado darlle un trato especial por parte do estado.

Por outra parte, **Bentham defendía que a arte non tiña ningún valor intrínseco** per se. O seu valor dependía única e exclusivamente do pracer que producía na xente. Neste sentido, a arte era exactamente igual que calquera outro entretemento. El comparábao co xogo da agulla, un xogo infantil da época (como se dicimos, por exemplo, botar unha partida á baralla). Nun sentido similar, Bentham tamén opinaba que o gusto por uns produtos culturais ou outros dependía do gusto das persoas; ningún, incluído o estado, podía indicarlle ás persoas que cousas lles debían producir máis ou menos pracer.

A pesar da súa visión das artes e a cultura como algo sen valor por si mesmo e que non debía ser favorecido polo estado, si que concedía que podían ter unha utilidade moral indirecta (o que hoxe en día chamaríamos externalidade positiva): eran ocupacións inocentes, non facían dano, e funcionaban como bos substitutos doutras paixóns como o alcohol, a calumnia e o xogo. Tamén asociaba a cultura a valores pacifistas, polo que nese sentido tamén sería boa para a sociedade.

### 3.4.2. Os marxinalistas

Na década de 1870 ten lugar a chamada revolución marxinal, que supón un cambio de paradigma na forma de entender a economía. Moitas das ideas introducidas polos marxinalistas persisten na economía ortodoxa ou dominante a día de hoxe.

Como se explicou, os economistas da Escola clásica defendían que, en mercados con competencia, os custos de produción determinan o prezo dos bens. É dicir, os prezos determináanse polo lado da oferta.

Porén, os marxinalistas defenderían o contrario: que o prezo viña determinado polo lado da demanda. Para esta corrente de pensamento, o valor dos bens dependía da utilidade que os individuos lle asignasen a ditos bens. O valor é, polo tanto, algo subxectivo, e cada individuo lle pode asignar un valor diferente a un mesmo ben. O termo «marxinal» neste contexto fai referencia a que a utilidade dun ben tende a diminuír progresivamente co incremento do seu consumo. Por exemplo, se bebemos un vaso de auga tendo sede, terá unha alta utilidade; se bebemos un segundo vaso, terá algo menos de utilidade; o terceiro terá aínda menos; e así progresivamente. Os marxinalistas parten do axioma de que os seres humanos toman decisións racionais e tenden a optimizar os seus recursos, de forma que cada individuo utiliza os recursos á súa disposición para consumir aqueles bens que máis utilidade marxinal teñan para el (é dicir, en comparación coas posíbeis alternativas). Seguindo

co exemplo do vaso de auga, é posíbel que un individuo, tras demandar un vaso de auga, prefira demandar algo de comer antes que un segundo vaso de auga (esa comida terá máis utilidade para el).

Os marxinalistas non lle dedicaron demasiada atención á arte e á cultura. Nas ocasións nas que se referiron a estes ámbitos de actividade económica, a arte e a cultura non foron tratadas como casos excepcionais, como ámbitos que funcionasen de maneira diferente; senón que máis ben foron utilizadas como exemplos ilustrativos da maneira de funcionar da economía en xeral. En concreto, **a arte era utilizada como exemplo para defender que o valor viña determinado pola demanda, polo que os consumidores estaban dispostos a pagar; e non pola oferta.** Pero isto non sería así só para a arte, senón para calquera tipo de produto (por exemplo, uns tomates ou uns pexegos).

En xeral, os marxinalistas recoñecían externalidades positivas na arte e a cultura. Achaban que melloraban a calidade de vida das persoas, pois eran un elemento recreativo, o que producía unha mellora das relacións sociais. Alfred Marshall, por exemplo, consideraba que as artes e a cultura nas novas cidades suplían o papel que antes no rural cumpría a natureza como fornecedora de beleza. Alén diso, o mesmo Marshall afirmaba que as artes tamén tiñan importancia no desenvolvemento industrial. En concreto, a educación nas artes visuais tería unha repercusión na mellora dos procesos de fabricación e a habilidade dos artesáns. Aínda así, consideraba máis útil o estudo en áreas máis prácticas, ligadas ás profesións.

O caso de **William Stanley Jevons** é especialmente interesante. Este autor marxinalista era un amante da cultura, particularmente da música, da que obtivera experiencias transcendentais. Pensaba que todo o mundo debería poder ter ese tipo de experiencias. O problema era que as masas non tiñan interese na arte até que non a experimentaban; unha vez tiñan experiencias estéticas coa arte, quererían ter máis. Neste sentido, **os bens artísticos e culturais funcionarían como unha droga.** Dado que inicialmente as masas non ían demandar bens artísticos, o mercado non ía funcionar correctamente para eses bens, polo que tería que ser ofrecida por un tempo a un prezo inferior ao de mercado. Para Jevons, a cultura tiña externalidades positivas, pois conducía a unha civilización máis avanzada, é dicir, con maiores niveis de vida. Isto xustificaría a necesidade de o estado apoiar a actividade cultural.



William Stanley Jevons. Autor da fotografía descoñecido. Fonte: Wikimedia Commons.

Así, a pesar de tratarse dun defensor do libre mercado; Jevons recoñece que a actividade cultural é unha excepción, xa que o mercado non é capaz de retribuír correctamente o valor que a cultura prové á sociedade (externalidades positivas).

Para os marxinalistas, o tipo de bens que demanden os individuos non é algo que interese para a teoría económica; o mercado simplemente responderá para darlle aos consumidores o que demanden, tanto ten o que sexa. Polo menos, esa é a teoría. Porén, eses autores da Inglaterra victoriana tamén tiñan as súas propias ideas sobre que bens eran moralmente superiores a outros. Neste sentido, **Jevons consideraba que había unha xerarquía entre bens inferiores e superiores**, unha xerarquía que sería natural e auto-evidente. Así, co progreso, unha vez as persoas tivesen cubertas certas necesidades porque dispoñen de certos bens (básicos), comezarían a demandar outro tipo de bens (superiores). Nesta secuencia, as persoas demandarían primeiro comida, despois roupas e despois vivendas. Cada cousa é máis importante, máis básica, que a seguinte. Unha vez as necesidades básicas están cubertas e as persoas non sofren privacións materiais, comezarán a demandar bens superiores. Nesta escala de desexos, os máis elevados serían aqueles relacionados co disfrute estético da natureza e a arte.

Desde un punto de vista neoclásico, tamén **Lionel Robbins** realizou unha defensa do apoio público á arte e á cultura. Para este autor referencial na historia do

pensamento económico, polo menos algúns dos bens artísticos e culturais tiñan que ser valorados polos beneficios que reportaban á sociedade no seu conxunto, que ían máis alá dos beneficios privados que xeraban (é dicir, existen externalidades positivas). Por ese motivo, eses bens serían producidos en menor medida do que sería desexábel se se deixasen só en mans do libre mercado, o que xustificaba o apoio do sector público.

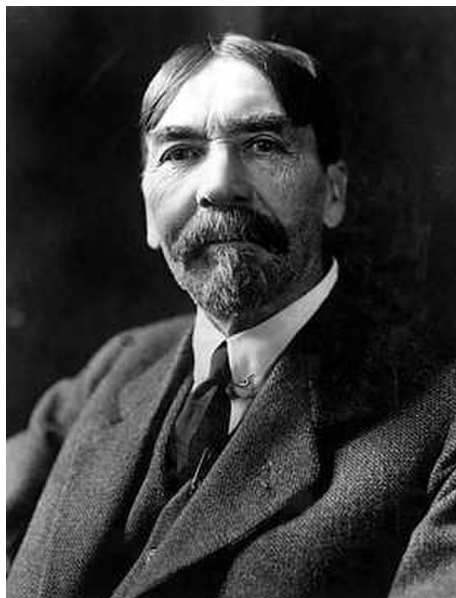
### 3.5. Principios do século XX

#### 3.5.1. Escola institucionalista: Thorstein Veblen

A principios do século XX xorde a escola institucionalista norteamericana, centrada en comprender o papel que xogan as institucións dando forma ao comportamento económico. O comportamento económico sería resultado das crenzas e os hábitos das persoas, condicionados polo entramado de institucións sociais no que se desenvolven; e non o resultado de escollas libres tomadas seguindo preferencias individuais de tipo racional.

Como se pode ver, os institucionalistas defenden uns postulados contrarios aos dos marxinalistas. Para estes últimos, lembremos, o ser humano é un ser racional e informado que toma decisións no mercado co obxectivo de maximizar a súa satisfacción e o seu beneficio e de minimizar a dor e o sufrimento; sería a natureza intrínseca dos humanos o que permite explicar o comportamento da economía. Os institucionalistas, porén, argumentan que o sistema que guía o comportamento humano é moito máis complexo; e que os obxectivos que perseguen os humanos son heteroxéneos e condicionados polas institucións sociais de cada momento histórico, non hai unha lei xeral que permita explicar o comportamento de todos os humanos como axentes económicos.

Thorstein Veblen é un dos principais expoñentes desta corrente de pensamento. Na súa coñecida obra *Teoría da clase ociosa*, **Veblen desenvolve a noción de «ocio ostensíbel», é dicir, aquel ocio que tiña como principal obxectivo demostrar publicamente que quen practicaba ese ocio tiña riqueza e poder.** Non se trataba só de realizar actividades que custasen moito diñeiro, que tamén; senón de demostrar en xeral que se tiña moito tempo libre, é dicir, que non facía falta traballar. **Só as persoas con poder, con riqueza, podían (poden) non traballar e ser improdutivas.** Dedicarse a actividades improdutivas, polo tanto, era unha forma de demostrar poder e riqueza. Canto máis inútiles e caras sexan as actividades ociosas, maior poder económico e social demostran.



Thorstein Veblen. Autor da fotografía descoñecido. Fonte: Wikimedia Commons.

De forma similar, **Veblen tamén desenvolve a noción de «consumo ostensíbel», é dicir, aquel consumo que non ten como obxectivo satisfacer necesidades ou o desfrute; senón ostentar ou amosar a riqueza e o poder de quen realiza ese consumo.** Canto máis inútiles e caros sexan os bens consumidos, maior poder se demostra.

Pois ben, ao desenvolver a súa teoría da clase ociosa, **Veblen alude repetidamente á arte e á cultura como exemplos de ocio e consumo ostensíbel.** O feito de que alguén teña coñecementos sobre arte e cultura (literatura, pintura, música, danza, etc.) demostra que esa persoa tivo tempo para aprender sobre esas materias, que Veblen consideraba improdutivas. Tempo que non tivo que destinar a traballar, a realizar tarefas produtivas. O mesmo sucedía co consumo de bens artísticos e culturais. Para Veblen o obxectivo principal de exercer este tipo de consumo era que as persoas mostrasen que tiñan poder económico, é dicir, que tiñan diñeiro suficiente para gastar nese tipo de bens inútiles. As consideracións estéticas acerca destes bens eran, para el, secundarias.

### 3.5.2. Keynes e o Bloomsbury Group

O Bloomsbury Group foi un círculo de escritores, intelectuais, filósofos e artistas ingleses da primeira metade do século XX, do que formaron parte persoas como Virginia Woolf, Roger Fry ou John Maynard Keynes, un dos economistas máis influíntes da historia. Keynes defendía a intervención do estado na economía para suavizar o ciclo económico a través da política fiscal e da política monetaria. O propio Keynes

non realizou achegas significativas á concepción da arte e a cultura na sociedade e na economía, pero mostrou o seu apoio ás achegas que, neste sentido, si que realizou o Bloomsbury Group. Pódense identificar cinco grandes temas sobre os que reflexionou o Bloomsbury Group e que seguen resultando relevantes para a economía da cultura na actualidade:

- **A arte na vida das persoas:** Consideraban a cultura un elemento vital na consecución dunha verdadeira civilización humana. Outros economistas consideraban ou consideran a cultura un ben superior e, polo tanto, só sería demandada polas persoas unha vez as necesidades básicas estean cubertas. Pola contra, no Bloomsbury Group **defendían que a cultura tiña que ser accesíbel para todo o mundo, independentemente da clase social ou situación económica.** Entendían a cultura como causa ou orixe do progreso, non só unha consecuencia. Grazas á cultura a xente podería progresar, non era necesario primeiro progresar para despois acceder á cultura. Para defender o argumento de que a actividade cultural e a produción e demanda de obras de arte non dependía da renda, usaban exemplos de logros artísticos non occidentais, é dicir, logros acadados por sociedades de rendas baixas (como as máscaras africanas).
- **Características da experiencia artística para o creador e o consumidor:** Estes intelectuais achaban que a experiencia estética proporciona unha satisfacción que tiña unha natureza diferente daquela que proporciona o consumo doutro tipo de bens e servizos. Así, **a arte e a cultura satisfarían necesidades diferentes das que satisfán outros bens,** polo tanto os bens artísticos e culturais non poden ser substituídos. Isto vai en contra do modelo utilitarista de Bentham, que dicía que a cultura podía ser equiparábel a calquera outra actividade que producise satisfacción, que dependía das preferencias individuais.
- **Influencia das artes e a cultura no comportamento da sociedade:** O Bloomsbury Group observou que, ao longo da historia, as manifestacións artísticas e culturais condicionaron a sociedade, a política e a economía; ao mesmo tempo que funcionaban como ferramentas para interpretarlas. As mensaxes incluídas nas obras culturais, xa fose de forma intencional ou non, inflúen no comportamento humano. Neste sentido, recorrían a exemplos da Biblia para explicar como ese texto literario transmitía ao seu público pautas de comportamento que eran seguidas. O mesmo sucedía coas pinturas ou esculturas relixiosas, que transmitían noutro formato as mesmas mensaxes.
- **Mercado da arte:** Tamén reflexionaron acerca das características específicas da demanda e da oferta dos bens artísticos. Os modelos económicos convencionais non funcionaban no caso dos mercados artísticos, que seguían dinámicas diferentes ás dos mercados doutros produtos. Así, observaron que, **no lado da oferta, o prezo dos bens non era moi importante á hora de fixar a cantidade ofertada de bens artísticos.** Se ben os artistas trataban de gañarse a vida e obter un rendemento, a principal motivación para producir bens artísticos era a presión psicolóxica interna, é dicir, exercitar a súa creatividade. **No lado da demanda, tamén observaron que o prezo non era a variá-**



**bel máis importante;** senón que a demanda de bens artísticos viña determinada fundamentalmente polas **características psicolóxicas** dos actuais ou potenciais compradores. Roger Fry e outros membros do Bloomsbury Group estableceron varias categorías ou tipos de compradores de arte, segundo as motivacións psicolóxicas que levarían a cada grupo a comprar.

- **Políticas de apoio á actividade cultural:** A diferenza doutros intelectuais, os do Bloomsbury Group consideraban importante trascender o propio círculo de debate e facer que as súas ideas chegasen ao maior número de xente posíbel e tivesen unha repercusión práctica a través das políticas públicas. Por iso, propuxeron **políticas de apoio económico á actividade cultural**. Partían do recoñecemento de que no sector cultural había fallos de mercado. Por unha parte, o mercado non era capaz de recoñecer os bos artistas cando estes aínda non tiñan unha reputación formada, o que levaba moito tempo. Por outra parte, para que exista unha demanda cultural efectiva e suficiente, é necesario que a xente teña unha educación cultural; polo tanto o primeiro paso é proveer esa educación. O sector público debería intervir para corrixir os fallos de mercado e apoiar o sector.

Eles mesmos promoveron iniciativas privadas que servían como experimento, como exemplo de que as súas propostas funcionaban. Por exemplo, a través da Contemporary Art Society (CAS) promoveron a crítica de arte de novos artistas, dándoos así a coñecer e aprobando os seus traballos. Deste xeito, os posíbeis demandantes tiñan información que lles daba confianza á hora de adquirir obras de artistas aínda pouco coñecidos, ao mesmo tempo que conseguían educar artísticamente á sociedade. Por outro lado, coas cotas de subscripción dos membros da CAS, compraban obras de arte que escollían expertos, co obxectivo de ceder ou prestar eses traballos a museos locais e exhibilos. Desta forma, ían creando o hábito de consumir arte, é dicir, ían creando unha demanda para o sector.

Idealmente, a arte e acultura poderían manterse a través de recursos privados cando unha parte suficientemente ampla da sociedade estivese culturalmente educada e demandase este tipo de bens. Porén, mentres o sector privado se mostrase inadecuado ou insuficiente para manter o dinamismo do sector cultural, sería necesario que fose o sector público o que promovesese cos seus recursos a actividade cultural.

O Bloomsbury Group chegou a ter influencia no goberno británico. A iniciativa pública máis coñecida neste sentido foi a creación do British Arts Council tras a Segunda Guerra Mundial, que se dedicaría a apoiar economicamente a actividade artística.

## ACTIVIDADES PROPOSTAS

---

Co obxectivo de afondar nos contidos teóricos desenvolvidos nas sesións expositivas, propónse a lectura e análise dun texto. O texto é un extracto do libro *Teoría da clase ociosa*, de Thorstein Veblen, un dos autores tratados neste tema. En concreto, as

pasaxes a ler tratan sobre como o consumo de arte serve para evidenciar a capacidade pecuniaria (e por tanto o poder social) de quen a consume (na sesión expositiva foron explicados os conceptos de Veblen de «ocio ostensíbel» e «consumo ostensíbel»). A lectura realizarase no tempo de traballo persoal. Cada alumno deberá entregar un breve comentario de texto (4.000 caracteres máximo) acerca da lectura, entrega a realizar a través do Campus Virtual. Con esa base, dedicarase unha sesión interactiva (unha hora e media) a debater os contidos da lectura e a relacionalos con outros contidos vistos no tema 3 (que opinaban outros autores sobre o consumo de bens artísticos e culturais?) e con outras temáticas de actualidade que os alumnos coñezan.

### **AVALIACIÓN DA UNIDADE DIDÁCTICA**

---

De acordo co sistema de avaliación continua, esta unidade didáctica será avaliada en tres momentos distintos:

- Ao comezo da unidade, realizaranse diversas preguntas para avaliar o nivel de coñecemento previo dos estudantes e a homoxeneidade do grupo. Trátase de avaliar o nivel de coñecemento dos estudantes sobre os aspectos que se tratarán durante a unidade didáctica, co fin de adaptar as explicacións e a axuda pedagóxica ás súas necesidades e coñecementos. Deste xeito, poderase axustar a ensinanza para que sexa máis efectiva e se asegure que todos os estudantes comprendan ben os contidos impartidos.
- Durante o desenvolvemento da unidade, haberá unha avaliación procesual. Neste caso, faranse preguntas sobre os contidos expostos para comprobar que foron comprendidos. Ademais, o docente supervisará o traballo persoal dos estudantes, solucionando dúbidas e ofrecendo consellos para mellorar.
- Por último, realizarase unha avaliación final ao finalizar a materia. Valorarase o cumprimento dos obxectivos, así como a adquisición de coñecementos e habilidades por parte dos estudantes. A avaliación final utilizará dúas ferramentas: un exame escrito e un traballo final en grupo; que servirán para demostrar os coñecementos e habilidades adquiridas.

### **BIBLIOGRAFÍA**

---

- GOODWIN, CRAUFURD (2006). «Art and Culture in the History of Economic Thought». En Victor A. Ginsburg, David Throsby (Eds.): *Handbook of the Economics of Art and Culture*. pp. 25-68. Elsevier. [https://doi.org/10.1016/S1574-0676\(06\)01002-7](https://doi.org/10.1016/S1574-0676(06)01002-7)
- MCCAIN, ROGER (2006). «Defining Cultural and Artistic Goods». En Victor A. Ginsburg, David Throsby (Eds.): *Handbook of the Economics of Art and Culture*. pp. 147-167. Elsevier. [https://doi.org/10.1016/S1574-0676\(06\)01005-2](https://doi.org/10.1016/S1574-0676(06)01005-2)
- VEBLEN, THORSTEIN ([1899] 1974). *Teoría de la clase ociosa*. México D.F.: Fondo de Cultura Económica.



Unha colección orientada a editar materiais docentes de calidade e pensada para apoiar o traballo do profesorado e do alumnado de todas as materias e titulacións da universidade

unidadesdidácticas  
UNIVERSIDADE DE SANTIAGO DE COMPOSTELA