

Introducción

Introducción a la Economía de la Cultura: Fundamentos y Retos Teóricos

7

Introduction to Cultural Economics: Theoretical Foundations and Challenges

Juan Prieto-Rodríguez

Universidad de Oviedo

Arantza Ugidos

Universidad del País Vasco UPV/EHU

DOI: <https://doi.org/10.69810/ekz.1506>

Agradecimientos: Queremos expresar lo afortunados que nos sentimos por haber compartido tiempo, trabajo y amistad con alguien tan especial como Vicky. Solo lamentamos que ese tiempo haya finalizado de manera tan abrupta dejándonos un gran vacío.

Juan Prieto Rodríguez es miembro del proyecto “CULTURALITY; CULTURAL heritage in RurAL remote areas for creative tourism and sustainability”, financiado por la Comisión Europea (HORIZON-CL2-2023-HERITAGE-01-10113262); y del GRUPO Escenarios para el arte (EsArt), beneficiario del Programa de Ayudas para grupos de investigación de organismos del Principado de Asturias (GRU-GIC-24-052), financiado por la Fundación para el Fomento en Asturias de la Investigación Científica Aplicada y la Tecnología (FICYT) y el Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER). Asimismo, recibe apoyo financiero de la Agencia Estatal de Investigación del Gobierno de España a través del proyecto PID2022-137352NB-C43.

Arantza Ugidos es miembro del Grupo de Investigación del Sistema Universitario Vasco IT1461-22 financiado por el Gobierno Vasco.

1. INTRODUCCIÓN

La oportunidad de dedicar un número especial de la revista *Ekonomiaz* a la Economía de la Cultura, del cual este capítulo constituye la introducción, responde

tanto al creciente interés en este campo de estudio como al deseo de rendir un homenaje a nuestra colega y amiga Victoria María Ateca Amestoy. Su contribución ha sido fundamental para consolidar la Economía de la Cultura como una disciplina académica reconocida en el ámbito universitario español.

Desde la Universidad del País Vasco (UPV/EHU), la profesora Ateca Amestoy colaboró con investigadores de diversas universidades nacionales e internacionales, promoviendo el estudio de los temas que hoy definen este campo. Su rigurosidad académica y capacidad de trabajo hicieron de ella una referente en la disciplina, y su participación en proyectos conjuntos representó, en muchas ocasiones, una garantía de calidad y reconocimiento académico. A lo largo de su trayectoria, trabajó con colegas de la UPV/EHU y de otras instituciones en España, Europa e Hispanoamérica, publicando sus trabajos en revistas indexadas en los principales repositorios bibliográficos de la comunidad científica. Estamos seguros de que su legado académico perdurará y ayudará a dotar de una mayor solidez a la Economía de la Cultura.

Este campo de estudio y análisis económico ha adquirido una gran relevancia en las últimas décadas, a medida que, en las economías más desarrolladas, el sector servicios ha ido ganando peso, los individuos gozan de mayor tiempo libre y se es más consciente de las externalidades y valor de determinados bienes culturales. Como está ocurriendo en el resto del sector terciario, la digitalización y la globalización del sector cultural está generando cambios trascendentales. Plataformas como Netflix, Spotify y YouTube o el desarrollo de los eBooks han revolucionado la forma en que se producen, distribuyen y consumen los bienes culturales. Al mismo tiempo, en este contexto de cambio, la pandemia de COVID-19 aceleró aún más la adopción de formatos digitales. Sin embargo, el optimismo que algunos autores muestran por el potencial de la digitalización para democratizar la participación cultural podría ser un espejismo, ya que el acceso digital podría estar mimetizando patrones preexistentes de consumo y, en consecuencia, aumentando las desigualdades y la polaridad en el acceso a la cultura (Mihelj *et al.*, 2019; De la Vega *et al.*, 2020; Ateca-Amestoy y Castiglione, 2023). Para que el acceso digital sea verdaderamente efectivo y general, no basta con la disponibilidad tecnológica, o brecha digital de primer orden. Es fundamental también que no existan diferencias en el interés y las habilidades necesarias para interactuar de manera significativa con los contenidos culturales. Solo así podrán reducirse las brechas digitales de distinto orden identificadas en la literatura (Van Deursen & Van Dijk, 2014; Scheerder *et al.*, 2020). Esta cuestión resulta crucial para el diseño de políticas culturales óptimas, un ámbito en el que la participación de los economistas de la cultura es esencial para desarrollar estrategias eficaces.

La importancia de la Economía de la Cultura se debe a su capacidad para aplicar herramientas económicas al análisis del sector cultural y el arte. El objetivo de este capítulo es proporcionar una visión general de esta disciplina, situándola dentro del marco de la ciencia económica y el análisis económico, repasando sus principales líneas de investigación y alguno de los principales desafíos a los que se enfrenta. Des-

de una perspectiva económica, los bienes y servicios culturales no solo poseen un valor estético o simbólico, sino que también presentan características económicas que influyen en su producción, distribución y consumo. En este contexto, la Economía de la Cultura examina aspectos como la financiación de las artes, la estructura de los mercados culturales, el papel de la intervención pública y las dinámicas de oferta y demanda. Además, aborda problemas prácticos relacionados con la gestión y valoración de los bienes culturales, así como los fallos de mercado que justifican la acción del sector público en este ámbito.

El resto de este trabajo se estructura de la siguiente manera. En la Sección 2, se define la disciplina de la Economía de la Cultura a partir del concepto de cultura que manejan los economistas. La Sección 3 presenta las principales características de los bienes culturales y los problemas de asignación que se derivan de las mismas. El problema de la financiación de la cultura se discute brevemente en la Sección 4. Finalmente, se presentan algunas conclusiones y se hace una breve presentación de los trabajos de este número especial en la Sección 5.

2. LA ECONOMÍA Y LA CULTURA

Para llegar a un concepto fundamentado de la Economía de la Cultura proponemos partir de la definición de la Economía como disciplina académica y del significado de cultura que la tribu de los practicantes de esta disciplina le damos generalmente a la misma. Una vez establecidos estos conceptos, la Economía de la Cultura puede entenderse, de manera quizás un tanto tautológica, como el campo de estudio que, mediante herramientas del análisis económico, examina los sectores que los economistas consideran parte del sector cultural.

Por un lado, la Economía es la disciplina que estudia la manera en que las sociedades gestionan sus recursos escasos para satisfacer las necesidades de sus individuos. En las economías actuales, el mercado juega un papel fundamental en la asignación de recursos, determinando qué, cuánto, cómo y para quién se produce. Sin embargo, los mercados no siempre funcionan de manera eficiente, lo que da lugar a fallos de mercado como externalidades, bienes públicos e información incompleta, justificando en muchos casos la intervención del Estado.

Por otro lado, los economistas suelen definir la cultura de manera «positiva», es decir, sin juicios estéticos de valor. Una aproximación comúnmente aceptada en la Economía de la Cultura es considerar como actividades culturales aquellas que presentan tres características principales:

- Incorporan algún grado de creatividad en su producción.
- Tienen un alto valor simbólico o informativo.
- Están sujetas a derechos de propiedad intelectual.

Bajo esta definición, la Economía de la Cultura estudia una amplia gama de sectores que incluyen las artes escénicas (teatro, música, danza), las artes visuales, el patrimonio cultural, las industrias culturales (audiovisual, editorial, discográfica) y las industrias creativas en sentido más amplio.

En consecuencia, la Economía de la Cultura puede definirse como el estudio de cómo la sociedad gestiona sus recursos escasos para producir, distribuir y consumir bienes y servicios culturales. Desde esta perspectiva, la cultura se entiende como un conjunto de actividades que generan y transmiten significados simbólicos, y que están protegidas por derechos de propiedad intelectual. Al basarse el análisis económico en una definición positiva de la cultura, en lugar de centrarse en la calidad artística de los productos culturales, los economistas analizan cómo se asignan los recursos en este sector, cómo se determinan los precios y cómo las políticas públicas pueden influir en la producción y el consumo de cultura.

Dada la importancia de la definición de lo que se entiende por bienes culturales, en la siguiente sección se profundiza en sus características principales y en los problemas que éstas pueden suponer para una asignación eficiente por parte del mercado.

3. CARACTERÍSTICAS ECONÓMICAS DE LOS BIENES CULTURALES

Los bienes culturales poseen características económicas que los diferencian de otros bienes y servicios en la economía. En primer lugar, tienen un alto grado de información simbólica. Esto los convierte en bienes de experiencia; lo que significa que los consumidores solo pueden evaluar plenamente su calidad una vez que los han consumido (por ejemplo, una película, una novela o la colección de un museo). En un caso aún más extremo, algunos bienes culturales, como determinadas obras de arte, son bienes de confianza o *credence goods*, que se definen como aquellos bienes que, ni siquiera después de consumirlos, se tiene certeza total sobre su valor o atributos. Esta característica genera una considerable incertidumbre tanto para los productores como para los consumidores haciendo que la demanda de cultura esté fuertemente influenciada por factores como la reputación, las críticas y las recomendaciones. Los intermediarios, como críticos y expertos, denominados en la literatura usualmente *gatekeepers*, desempeñan un papel clave en la determinación del valor de mercado de los bienes culturales.

En segundo lugar, los productos culturales suelen ser heterogéneos, es decir, no hay dos obras de teatro, películas o libros exactamente iguales. Esta heterogeneidad dificulta la estandarización de los procesos de producción y hace que la creación del «máster» o primera copia implique costes fijos muy elevados. Sin embargo, la digitalización ha reducido drásticamente los costes de reproducción del «máster», lo que lleva a costes marginales asociados a la comercialización muy bajos. Este fenómeno contribuye a la existencia de economías de escala y de alcance significativas

en algunas industrias culturales, favoreciendo estructuras de mercado altamente concentradas. Si a esto se suman las fuertes economías de red, que intensifican la concentración de la demanda, el resultado es un sector cultural dominado por un pequeño número de empresas. Por ejemplo, cinco compañías controlan el mercado cinematográfico, cuatro dominan la industria musical y cinco concentran la mayor parte del mercado editorial. Evidentemente, esta concentración también es una nueva razón para la intervención y la regulación pública.

En tercer lugar, el consumo de cultura puede generar beneficios que van más allá del individuo, como la cohesión social, la educación, o el desarrollo del capital humano. Estas externalidades positivas suponen un fallo de mercado que justifica nuevamente la intervención pública para corregir su provisión subóptima.

Asimismo, muchos bienes culturales presentan elementos de no exclusión y no rivalidad en el consumo, lo que los caracteriza como bienes públicos. Esta condición se ha acentuado con la digitalización, ya que los formatos digitales permiten el acceso de un número ilimitado de personas sin que necesariamente se reduzca la disponibilidad del bien. Debido a la imposibilidad de excluir a potenciales consumidores, algunos individuos pueden beneficiarse de estos bienes sin contribuir a su financiación (problema del *free-rider* o gorrón). Esto desincentiva a los productores privados, pues no pueden recuperar sus costes a través del precio. Además, la ausencia de un mecanismo de exclusión dificulta la determinación de un precio que refleje el valor real y cubra los costes de producción, lo que impide alcanzar un equilibrio eficiente en el mercado y constituye un nuevo argumento para la intervención pública.

4. LA FINANCIACIÓN DE LA CULTURA

Uno de los debates más recurrentes en la Economía de la Cultura es el relativo a la financiación de las actividades culturales. Tradicionalmente, la cultura ha dependido en gran medida de la financiación pública, ya sea a través de subvenciones directas, beneficios fiscales o la compra de bienes y servicios por parte de las administraciones públicas. Esta dependencia se justifica por la existencia de fallos de mercado, asociados a la naturaleza de los propios productos culturales, como los valores de existencia, opción y legado. Estos valores reflejan el hecho de que la cultura no solo beneficia a quienes la consumen directamente, sino también a la sociedad en su conjunto, al contribuir a la cohesión social, la educación y el prestigio de un país.

Sin embargo, la financiación pública también tiene sus críticos, quienes argumentan que puede generar dependencia, desincentivar la innovación y distorsionar los precios del mercado. Por ello, en las últimas décadas se ha promovido un mayor equilibrio entre la financiación pública y privada, fomentando mecanismos como el mecenazgo, o el patrocinio.

Por otro lado, la financiación privada proviene de la venta de entradas, o bienes culturales. Sin embargo, la fijación de precios en el sector cultural es un tema complejo que

requiere tener en cuenta tanto los costes de producción como la estructura de mercado en la que estos bienes son producidos y distribuidos. Por un lado, el coste marginal puede ser muy bajo y la fijación eficiente del precio igualándolo al coste marginal puede no permitir la recuperación de los costes fijos. Por otro lado, la distribución de bienes culturales mediante plataformas bilaterales o *two-sided markets* presentan fallos de mercado debido a la existencia de externalidades de red y efectos de escala que llevan a una concentración excesiva, favoreciendo los comportamientos monopolísticos. Asimismo, las plataformas bilaterales pueden tener una estrategia óptima de fijación de precios que conlleve una distorsión en la estructura de precios, ya que pueden subsidiar a un grupo de usuarios mientras cobran tarifas elevadas a otro. Esto puede generar precios que no reflejan los costes reales y reforzar el dominio de las grandes plataformas.

Asimismo, en muchos casos, los precios de las entradas, por ejemplo, a conciertos o museos, no reflejan el coste real de la experiencia cultural para los consumidores, ya que estos incluyen factores implícitos como el tiempo de desplazamiento o los gastos de alojamiento. Además, la demanda de bienes culturales está influenciada por aspectos cualitativos, como la calidad de la experiencia, la reputación de los artistas y la comodidad de las instalaciones.

En conclusión, la fijación de precios en el sector cultural es especialmente compleja debido, entre otros factores, a la heterogeneidad de los bienes, la presencia de características propias de los bienes públicos y las externalidades positivas. A esto se suma la protección de estos bienes mediante derechos de propiedad intelectual y la existencia de estructuras de mercado con un alto grado de concentración. En este contexto, resulta imprescindible una política cultural que fomente el acceso a la cultura y que regule la asignación de recursos y la fijación de precios.

5. CONCLUSIÓN

Como se ha señalado anteriormente, la Economía de la Cultura es un campo de estudio heterogéneo que analiza la producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales. Estos bienes, aunque comparten características comunes, presentan una notable diversidad, principalmente en sus procesos de producción y distribución. En consecuencia, no resulta extraño que los trabajos que componen este número especial de *Ekonomiaz* exploren una amplia gama de temas, desde la evaluación de políticas culturales y la participación cultural, hasta el impacto de la tecnología y la inteligencia artificial en el sector cultural.

Si hubiera que agrupar los temas tratados en este volumen, se podrían definir tres ejes principales: el papel de las nuevas tecnologías y la inteligencia artificial; la participación cultural y la importancia del capital cultural y las políticas culturales y gestión de las instituciones culturales.

El análisis de los cambios en el sector cultural derivados de la digitalización y las innovaciones tecnológicas constituye el eje central del estudio de **John**

O'Hagan y Marta Zieba (2025). Los autores examinan cómo la tecnología y la expansión del *streaming* de conciertos y espectáculos de música clásica están transformando la producción y el consumo de este género. Este trabajo plantea interrogantes sobre el futuro de las orquestas en un contexto de creciente digitalización, donde el fenómeno de «el ganador se lo lleva todo» (*the winner takes it all*) podría verse exacerbado.

Por otro lado, **Concetta Castiglione y Davide Infante** (2025) analizan la adopción de la inteligencia artificial (IA) y sus distintas aplicaciones en el sector cultural de Estados Unidos. Sus resultados indican que la adopción de IA en este ámbito aún es incipiente, con tasas similares a las del resto de la economía, aunque se prevén cambios disruptivos en un futuro próximo. Actualmente, la inteligencia artificial ya se utiliza de manera significativa en la industria cultural. Se emplea, por ejemplo, para la personalización de la oferta cultural en servicios en línea como Spotify, Amazon Music y YouTube, mediante algoritmos de IA que personalizan la oferta. Asimismo, contribuye a la difusión del patrimonio cultural mediante herramientas de traducción automática y generación de subtítulos, lo que permite que obras locales puedan alcanzar una audiencia internacional. Además, la IA se está empleando en la composición musical, la generación de imágenes y nuevas obras de arte digital, así como en la restauración de piezas dañadas, completando partes perdidas de pinturas y esculturas. También se utiliza en la producción de textos creativos, desde poemas y cuentos hasta guiones para cine y televisión, lo que plantea interrogantes sobre la autoría y la originalidad en la era digital.

Por su parte, **Beatriz Plaza Inchausti, Marisol Esteban Galarza e Ibon Aranburu Amiano** (2025) examinan el impacto de la arquitectura icónica en el turismo, con un énfasis en la interacción entre los edificios diseñados por Frank Gehry: la Bodega Marqués de Riscal y el Museo Guggenheim de Bilbao. Su estudio demuestra que la arquitectura icónica puede ser una herramienta eficaz para reposicionar marcas y atraer turistas, generando un impacto económico positivo en la región. Además, destacan el papel de las redes sociales y los contenidos en línea en la configuración de la demanda turística asociada a este tipo de edificios, amplificando su visibilidad y reforzando su atractivo como destinos culturales. La investigación sugiere la necesidad de analizar en mayor profundidad las conexiones semióticas entre edificios icónicos y su influencia en el turismo cultural.

Finalmente, el análisis relativo al impacto de las nuevas tecnologías en el sector cultural se cierra con el trabajo de **Sara Suárez Fernández y Hugo Rodríguez Gómez** (2025). En su artículo se estudian las diferencias regionales en el consumo de videojuegos en España, empleando datos de diversas olas de la Encuesta de Hábitos y Prácticas Culturales. Sus hallazgos indican que, aunque las disparidades regionales en el consumo de videojuegos han disminuido con el tiempo, persisten patrones específicos en algunas comunidades autónomas.

El segundo eje de los trabajos de este número especial puede etiquetarse como la participación cultural, la formación del gusto y el capital cultural. Este es el tema central del trabajo de **José Ignacio Azuela Flores** (2025) que analiza cómo la exposición temprana a la cultura influye en la participación cultural en la edad adulta, confirmando que los hábitos culturales se transmiten intergeneracionalmente. Este estudio subraya el papel clave de los padres y las escuelas en la formación de capital cultural, destacando la necesidad de políticas que fomenten la participación temprana en actividades culturales para reducir las desigualdades en el acceso a la cultura, especialmente en lo relativo a bienes culturales no producidos y promovidos por las grandes industrias culturales, que cuentan con sus propios mecanismos de promoción.

En la misma línea, **Luisa Gutiérrez Navratil y María José Pérez Villadóniga** (2025) exploran la transmisión intergeneracional de los hábitos de lectura en España. Sus hallazgos revelan nuevamente que la exposición temprana a la lectura en la infancia no solo afianza los hábitos lectores a lo largo de la vida, sino que también influye en la transmisión de estos hábitos a las siguientes generaciones. Este trabajo sugiere que las políticas culturales deberían centrarse no solo en los jóvenes, sino también en las familias, promoviendo la lectura en los hogares, incluso entre los adultos para que sirvan de ejemplo a los niños y jóvenes.

Por otro lado, **Blas Díaz León, Ignacio Martínez Fernández, Luis Palma Martos y Jesús Heredia Carroza** (2025), centrándose en los factores diferenciales de la demanda de artes escénicas en el País Vasco, examinan cómo el capital cultural influye en la participación cultural, especialmente entre los mayores de 65 años. Este estudio plantea la necesidad de políticas públicas que promuevan la participación cultural entre los adultos mayores, fomentando el envejecimiento activo y reduciendo las brechas de acceso.

Por último, la evaluación y gestión de políticas culturales es otro tema central en este número especial. Por un lado, del **María José del Barrio Tellado, Fátima Espinosa Casero, Jonathan Daniel Gómez Zapata y Luis César Herrero Prieto** (2025) evalúan las preferencias de los agentes implicados en la gestión de museos e instituciones culturales (gestores, creadores y proveedores) en relación con las políticas de gestión participativas. Sus resultados muestran una mayor preferencia de estos grupos por estrategias de innovación social y tecnológica, frente a acciones de co-gobernanza.

Por su parte, **Manuel Cuadrado García, María Luisa Palma Martos y Juan de Dios Montoro Pons** (2025) exploran la participación cultural de las personas con discapacidad, identificando las principales barreras actitudinales y físicas. Este estudio subraya la importancia de la inclusión cultural y propone estrategias para mejorar la accesibilidad y la experiencia de consumo cultural de los colectivos con discapacidades tanto físicas como psicológicas, resaltando la necesidad de diseñar

políticas culturales más inclusivas y la creación de entornos accesibles para personas con discapacidad.

Ilde Rizzo (2025) aborda la relación entre el patrimonio cultural y el «sentido de lugar», destacando su importancia para el desarrollo económico y el bienestar social. Este trabajo propone un enfoque centrado en el territorio, donde el patrimonio cultural tangible e intangible ayudan a generar una identidad colectiva y una mayor cohesión social. Siendo estas dos externalidades positivas, se justifica la intervención del sector público para asignar una mayor cantidad de recursos a políticas culturales transversales que integren el patrimonio en estrategias de desarrollo sostenible, abordando los conflictos que surgen de la coexistencia de diferentes «sentidos de lugar» dentro de una comunidad.

Por último, **Anna Villarroya Planas** y **Victoria Ateca Amestoy** analizan las percepciones en torno a las condiciones de vida y bienestar de los trabajadores del sector cultural en España. La investigación puede ayudar a tomar conciencia de que el enorme potencial económico y social del sector cultural y creativo pasa por un mayor reconocimiento profesional y económico, además de social, de sus trabajadores.

En conclusión, los trabajos presentados en este número especial de *Ekonomiaz* reflejan la riqueza y complejidad de la Economía de la Cultura como disciplina. Desde la participación cultural y la formación de capital cultural hasta la evaluación de políticas culturales y el impacto de la tecnología, estos estudios abordan una amplia gama de temas que son fundamentales para entender los desafíos y oportunidades del sector cultural en el siglo XXI. La diversidad de temas, enfoques y metodologías utilizadas en estos trabajos permite llegar a recomendaciones prácticas para la formulación de políticas culturales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ATECA-AMESTOY, V.; CASTIGLIONE, C. (2023): Live and digital engagement with the visual arts. *Journal of Cultural Economics*, 47, pp. 643-692.
- DE LA VEGA, P.; SUAREZ-FERNÁNDEZ, S.; BOTO-GARCIA, D.; PRIETO-RODRIGUEZ, J. (2020): Playing a play: online and live performing arts consumers profiles and the role of supply constraints. *Journal of Cultural Economics*, 44(3), pp.425-450.
- MIHELJ, S.; LEGUINA, A.; DOWNEY, J. (2019): Culture is digital: Cultural participation, diversity and the digital divide. *New Media & Society*, 21, 1465-1485.
- SCHEERDER, A.J.; VAN DEURSEN, A.J.A.M.; VAN DIJK, J.A.G.M. (2020): Taking advantage of the Internet: A qualitative analysis to explain why educational background is decisive in gaining positive outcomes. *Poetics*, 80, 101426.
- VAN DEURSEN, A.J.A.M.; VAN DIJK, J.A. (2014): The digital divide shifts to differences in usage. *New Media & Society*, 16(3), 507-526.