



La industria musical chilena: sus tendencias y el problema de evaluación de sus políticas públicas

**TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE
MAGÍSTER EN POLÍTICAS PÚBLICAS**

**Alumno: Ramón Reyes Gonzáez
Profesor Guía: Óscar Landerretche Moreno**

Santiago, diciembre de 2021

La industria musical chilena: sus tendencias y el problema de evaluación de sus políticas públicas

Ramón Reyes González
Profesor: Óscar Landerretche
Tesis Magister de Políticas Públicas

1. Resumen

Las estrategias de desarrollo de los países han ido incorporando la creatividad y la cultura como elemento central para el crecimiento integral de sus economías. Para poder monitorear, rediseñar las mejores soluciones y corregir las fallas de mercado las políticas sectoriales se necesitan mejores indicadores que consideren la naturaleza de los bienes culturales. En este documento se busca dimensionar la importancia económica del sector musical, se hace una breve revisión histórica de las políticas sectoriales en Chile y se exponen las justificaciones para la intervención estatal. Luego, se estudian las posibilidades que tiene el Estado para proporcionar mejores condiciones al sector y se discute sobre la aplicación de diversos métodos para la evaluación de impacto de la música en vivo.

Palabras clave: Industria de la música, Políticas culturales, Fallas de mercado y Estado.
JEL: H4; H5; Z1

2. Introducción

La relación entre economía y cultura ha sido materia de reflexión para filósofos, economistas, sociólogos, políticos y artistas.¹ Lo cierto es que definir el sector cultural no está exento de controversias y difusos límites entre cada subsector. La dimensión económica es solamente uno de los ámbitos de análisis y siempre es posible refinar el marco de medición del sector cultural considerando otras dimensiones y mayores complejidades.

La industria cultural y, en particular, la industria musical muestra una brecha importante entre la información que se ha levantado y la relevancia relativa que tienen sus políticas sectoriales, esto cuando se les compara con otras industrias. (CNCA, 2015)². La medición de los impactos y el alcance de las acciones y programas estatales es clave para el rediseño de las políticas públicas y, por ende, la poca relevancia relativa de la información dificulta la correcta implementación y seguimiento.

Para efectos de esta investigación, consideraremos la clasificación de industria cultural planteada por Throsby³, la cual fue reinterpretada y utilizada en el Mapeo de Industrias Creativas en Chile CNCA y los sucesivos estudios oficiales. El Modelo de Círculos Concéntricos sitúa en el centro a las actividades que concentran una alta proporción de contenido simbólico y bajo impacto económico: artes visuales, escénicas (teatro, danza y ópera), la artesanía y la fotografía. En segundo lugar, y más afuera, las actividades que teniendo una alta proporción de contenido simbólico pueden tener un alto valor económico porque son sectores capaces de producir bienes y servicios de manera industrializada como el libro, la música y el audiovisual. En tercer lugar, aquellos sectores relacionados con los medios de comunicación (televisión, radio y medios). Y en la periferia están los sectores que transfieren contenido creativo a otras industrias (entretenimiento, publicidad, arquitectura, diseño y moda).

El desafío de la medición de la actividad económica del sector cultural tiene como base una definición difusa y, por consiguiente, indicadores poco comparables.⁴ Además, se le debe sumar la alta informalidad de algunos campos culturales y la escasa información desagregada de las fuentes tradicionales de información como Servicio de Impuestos Internos (SII), Instituto Nacional de Estadísticas (INE) y las Cuentas Nacionales del Banco Central (SCNB). El sistema de Cuentas Nacionales involucra 14 sectores dentro de los cuales no se hace referencia al sector cultural, no aparecen diferenciadas como un sector en sí mismo sino que están incluidos en otros sectores. Por ejemplo, la edición e impresión de libros forma parte de la

¹Desde el desarrollo del término de Industria Cultural en los años 40 en la visión crítica de Adorno y Horkheimer, pasando por el desarrollo del campo de la economía del arte en los años 60, hasta las múltiples aproximaciones y enfoques más recientes de autores como Pierre Bourdieu, Manuel Castells, Néstor García Canclini, George Yúdice, John Howkins, Richard Florida, entre otros. Este documento se centrará en los pensadores que han tenido incidencia directa en las políticas culturales de latinoamérica.

²Es por esto que el fomento al conocimiento sobre la economía creativa es uno de los lineamientos estratégicos del Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa 2017-2022

³El economista australiano David Throsby conceptualizó el sector cultural a través del Modelo de Círculos Concéntricos. Éste clasifica los sectores culturales en función de la proporción de contenido o valor cultural de un determinado campo artístico y cultural respecto a su valor económico.

⁴Existe una historia a nivel internacional en la estandarización de los marcos estadísticos por la dificultad para comparar entre países como señala (Fuertes-Badillo,2016): i) Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO (MEC-2009); ii) Marco Europeo de Estadísticas de Cultura EUROSTAT (Essnet-Cultura,2012) y iii) Manual Metodológico del Convenio Andrés Bello para la elaboración de Cuentas Satélite de Cultura de Iberoamérica (CAB,2015).

industria manufacturera y la comercialización de estos es parte de la industria del comercio. La complejidad aumenta si nos damos cuenta que al analizar eventos en vivo existe una diversidad de otras industrias beneficiadas por la actividad cultural (turismo, gastronomía, educación, comercio, etc.). Incluso se puede argumentar que cada vez las producciones culturales son producidas desde la interdisciplina dando como resultado productos híbridos.

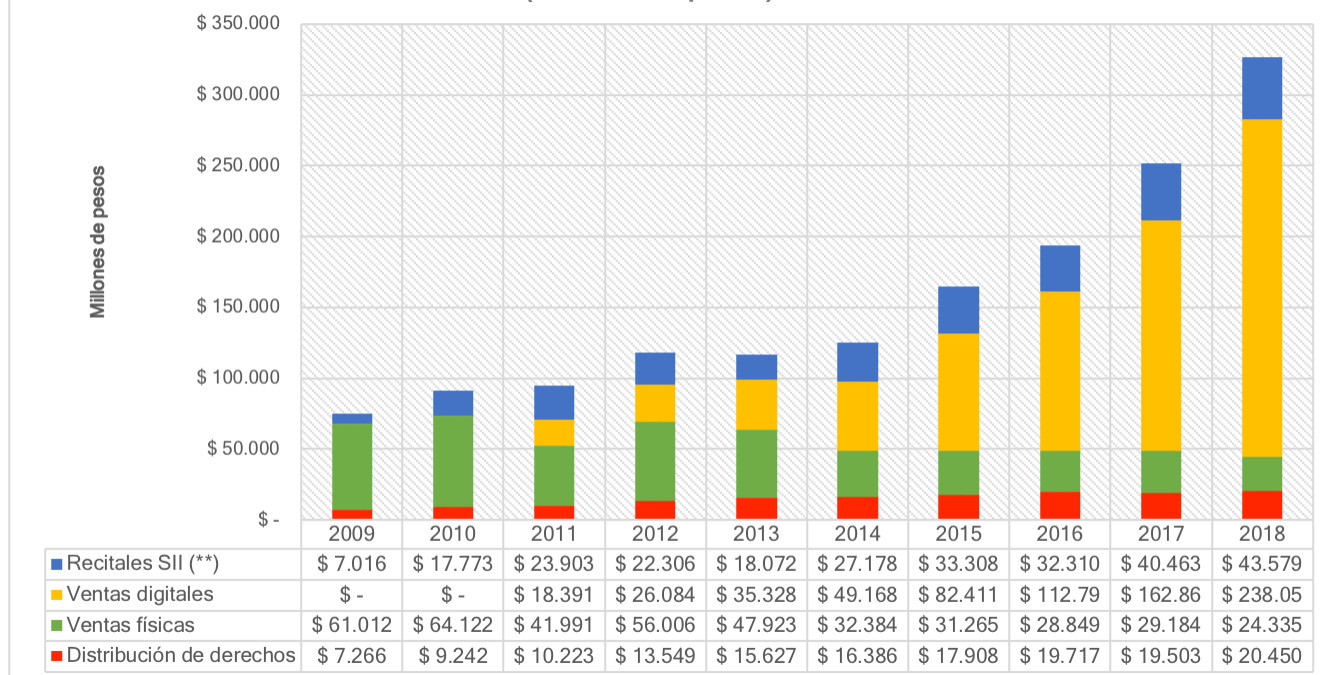
En Chile, han habido importantes esfuerzos para dimensionar económicamente el sector y las estadísticas más recientes (2017) señalan que representa el 6,7 % del empleo total en Chile, el 2,2 % del PIB equivalente a US\$5.434 millones, similar al aporte del sector agropecuario-silvícola (2,6 %) y por sobre el de pesca (0,4 %) o el de bebidas y tabaco (1,6 %) (CNCA, 2017a).

En Argentina, el sector cultural participó en un 2,7 % del PIB el 2005. En Brasil participó con el 1,4 % y en Uruguay con el 3,4 % de los respectivos productos nacionales (Argentina, 2006) (2006). Por otra parte, los países más desarrollados, esas cifras alcanzan entre el 6 y el 8,5 % del PIB, aportando más del doble del sector manufacturero (Yúdice, 2002) (2002). Las dificultades para la medición se traspasan también si queremos estimar el tamaño de mercado de la industria musical en Chile ⁵, para eso, necesitamos diferenciar los modelos de negocios o tipos de ingresos que involucra la cadena de valor de la música. La Federación Internacional de la Industria Fonográfica (IFPI) – que produce anualmente el principal reporte estadístico de la música global- habla de cinco ingresos principales de la industria de la producción fonográfica: venta física, venta digital (no-streaming), streaming, derechos de “performance” y “synchronization revenues” (derechos de autor de la música como insumo de otros productos audiovisuales).

Los datos para Chile muestran que la digitalización ha sido un potenciador de otros ingresos, pasando de participar en un 17,5 % el 2011 a un 69 % de los ingresos nacionales el 2018, tiene una tasa de crecimiento de 40 % en promedio entre los años analizados. Se han hecho considerablemente más relevantes los ingresos por ventas digitales y streaming, acelerando la recuperación del sector musical de las crisis tecnológicas asociadas al internet y los formatos digitales, propulsando las demás fuentes de ingresos tradicionales como los espectáculos musicales en vivo.

⁵El documento mejor logrado en este ámbito es “La Industria Musical Independiente en Chile” (IMI, 2016) donde se analizan las fuentes disponibles de información para cada eslabón de la cadena de valor, pero también destacan Diagnóstico de Brechas y drivers de la Economía Creativa (CORFO, 2015) que muestra resultados cualitativos interesantes y el Observatorio Digital de la Música Chilena (2021).

Gráfico 1. Evolución de Ingresos Nacionales de la Industria de la música (Millones de pesos)

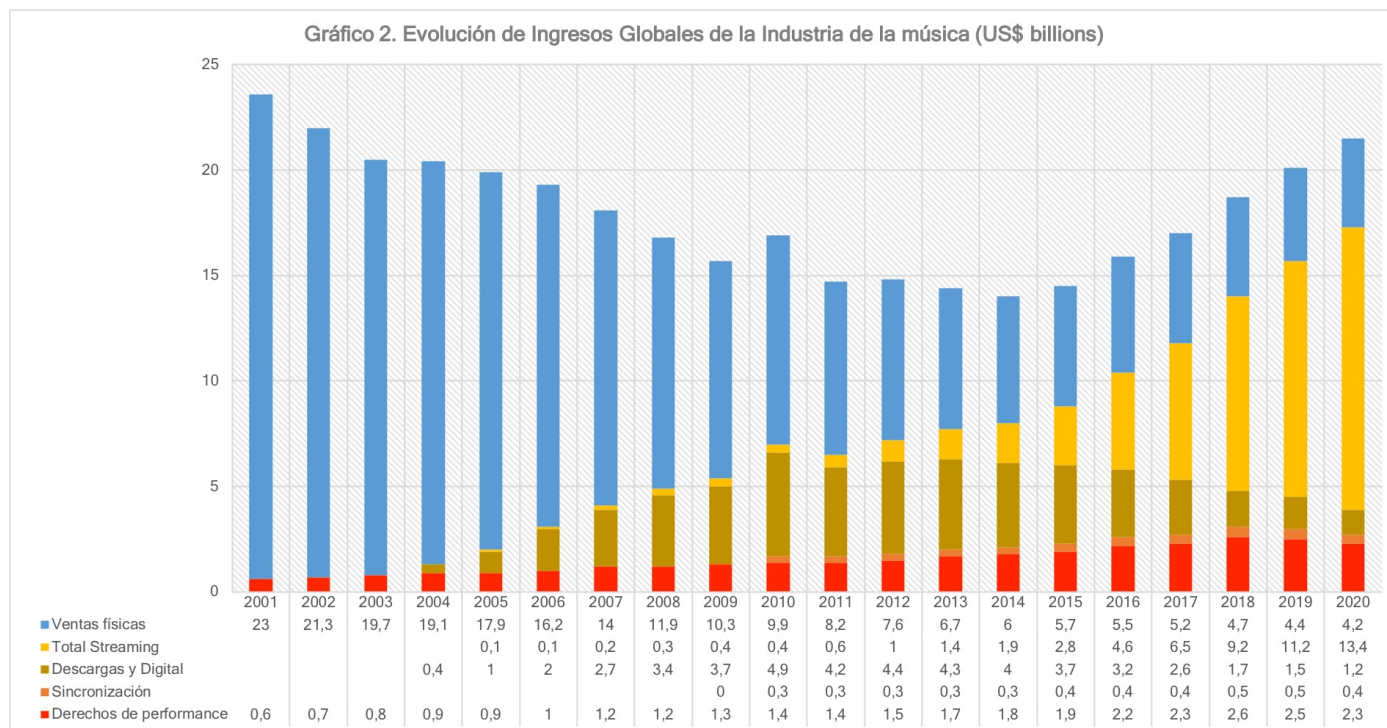


Fuente: Elaboración propia basada en datos SII y Anuario Estadísticas Culturales (INE)

A nivel global, en 10 años el streaming pasó de conformar el 2,5% de los ingresos globales a ser la principal fuente de ingresos en el 2019 creciendo al 55,8% anual, y si lo sumamos a las ventas digitales son el 63% de los ingresos globales (IFPI, 2020). Esto ha cambiado la configuración y organización industrial del sector musical, modificando la forma en que se distribuyen los ingresos. Este reacomodo de la industria de la música pasa por tres momentos, según son: a) la desestructuración de la industria como se conocía; b) la aparición de nuevos actores que interactúan entre sí; y c) la nueva formalización de la industria creada por los nuevos actores y los viejos participantes que se adaptan (Tschmuck, 2006). En los datos internacionales se aprecia que en los últimos 20 años los ingresos globales cambian su composición y disminuyen, mientras que en los ingresos nacionales se cuadruplican, también aumentando ventas digitales de manera exponencial.⁶

⁶Consultar Apéndice 1. Cadena de Valor e Ingresos

Gráfico 2. Evolución de Ingresos Globales de la Industria de la música (US\$ billions)



Fuente: Elaboración propia en base a Global Music Report 2021, IFPI

Las tendencias permiten ilustrar cómo el proceso de declinación económica del sector, producto del reacomodo producido por el surgimiento de la piratería, tuvo un punto de inflexión a comienzos de la década pasada lo que inició un proceso sostenido de recuperación propulsado por el streaming, básicamente por un cambio en el modelo de negocio. Esta dinámica viene evolucionando desde el retorno a la democracia para Chile. Primero, los sellos multinacionales o majors⁷ fueron los grandes impulsores de bandas como la Ley, Los Prisioneros y Los Tres. En ese tiempo, la producción se centraba en las majors, siendo estos los principales responsables de la internacionalización de la música local. También tenían relevancia los festivales televisados, siendo el Festival de Viña del Mar un “trampolín” para bandas nacionales e internacionales. Luego con el surgimiento del MP3 a finales de 1990 y la popularización del internet -la llamada “piratería”-llevó a los usuarios a compartir archivos digitales (Peer to Peer - P2P) ampliando el acceso a la música más allá de la radio.

Las majors reaccionaron reduciendo su presupuesto en búsqueda de talentos y lo centraron en marketing. Estas grandes firmas se adaptaron dedicándose a la distribución y venta física en tiendas especializadas. Los artistas empezaron a “involucrarse hacia adelante”, realizando sus producciones independientes y distribuyendo a través de sellos independientes. Estos, hoy en día, son mayoría. A partir de esta enorme transformación se produce un cambio importante en la industria que tendrá consecuencias relevantes: el poder de mercado quedó en las distribuidoras digitales y surgieron los encuentros de industria, donde festivales internacionales, managers y distribuidores se vinculan, construyen una red y compiten sanamente permitiendo hacer más eficiente la producción (Aviles, 2017).

⁷Se les conoce como majors a las compañías discográficas que lideran el Mercado mundial de la música. Hablamos de Warner Music Group, EMI, Sony, BMG, Universal Music Group y Polygram. También podríamos incluir acá el rol que tuvo MTV (Canal de televisión)

En América Latina, la recuperación fue un poco más tarde. En 2017, la industria musical latinoamericana creció 8,5 % y entre 2016 y 2017 el alza acumulada fue de 17,1 %, casi el doble de lo que crece el promedio de la industria musical global (8,5 %). Los responsables de ese renacimiento del mercado musical regional surgieron con la explosión del género urbano, como el reguetón, y especialmente con el éxito que tuvo el puertorriqueño Luis Fonsi con la canción "Despacito", que rompió todos los récords de audiencia al sumar unos 5000 millones de vistas digitales en todo el mundo.

La fragilidad del sector se vio expuesta con la crisis sanitaria que forzó a digitalizar las experiencias en vivo con una reacción tibia del Estado y donde solo aquellas empresas con espalda financiera pudieron mantener la operación. Se interpreta como clave las soluciones vinculadas a la gestión de fondos que recauden derechos de reproducción vía televisión, radio y streaming y la utilización de plataformas digitales.(ODMCh, 2020)

Un reciente estudio lanzado por el Observatorio Digital de la Música Chilena donde encuestan a 23 grandes y medianas productoras de eventos permitió conocer más sobre la composición de sus ingresos. Se pudo rescatar que entre 2017 y 2020 la facturación de las empresas pasó de 90 mil millones de pesos anuales en 2018 a 16 mil millones en 2020 mostrando una caída nunca antes vista producto de la pandemia.

3. Economía de la Música

Esta sección busca enumerar las particularidades del sector musical desde el análisis económico. Para efectos de facilitar el análisis de las siguientes secciones las hemos agrupado en cuatro grupos: Naturaleza de los bienes culturales; Naturaleza de los bienes culturales; Fallas de mercado y Estado, Adicción racional y Mercado laboral. Luego se aborda brevemente por qué y cómo intervenir en la música.

3.1. Naturaleza de los bienes culturales

Primero, la música puede ser entendida como bien público y, según su formato e intensidad de uso, puede cambiar su carácter tanto en vivo como grabada. Un bien público es un bien indivisible, que no tiene rivalidad ni es excluyente en el consumo⁸. Esto quiere decir que el consumo de un individuo no impide el uso por otros. En un concierto, por ejemplo, a medida que van llegando asistentes su naturaleza cambia: pocos asistentes en un espacio grande no rivaliza el goce del concierto pero entre más asistentes, más difícil es apreciar el concierto. Esto explica la presencia de características de monopolio de segundo grado, que a través de la tarificación hace que los asistentes se autoseleccionen según sus preferencias y así poder extraer el excedente del consumidor. Hay entradas según cercanía al escenario: VIP, "meet and greet" (compartir con los artistas en backstage), cancha y otras clasificaciones para gozar el mismo espectáculo en vivo pero con experiencias diferenciadas.

⁸Rivalidad: una persona consume el bien no disminuye la cantidad disponible para ser consumida por otras personas; exclusión: es imposible o ineficiente usar el sistema de precios para racionar la demanda (Varian, 2010).

Si observamos el modelo de negocio de Spotify, Deezer, iTunes o Youtube Music, observamos que el modelo de negocio considera una gran masa de usuarios gratuitos, que al querer gozar de mejores características de la aplicación se les ofrece una membresía de club. Este modelo, llamado freemium, ha sido la clave para monetizar contenidos audiovisuales y surgió como alternativa a los soportes físicos, permitiendo a los artistas incluirse hacia adelante⁹ siendo sus propios editores (Wagner, 2014).

Por último, la música se convierte en un bien público puro o de dominio público cuando, por ejemplo, una obra supera el plazo de protección de derecho de autor que dura hasta 70 años después de la muerte del autor. Una vez vencido el plazo, la obra pasa a ser parte del dominio público, o sea que no es objeto de derecho de autor. También forma parte de esta categoría la música folclórica que forma patrimonio de los territorios.

Los festivales y espectáculos en vivo se agotan en el mismo momento en que se celebran, los asistentes no pueden predecir cuánta satisfacción les dará hasta que lo experimentan y son intensivos en tiempo. Esto provoca que, además, se concentren en las épocas del año donde la gente posee mayor tiempo y el festival no rivalice con el trabajo. El problema de falta de criterios de medición y seguimiento se evidenció con la pandemia, puesto que el financiamiento por proyecto dejó al sector dependiente de la presencialidad desprotegido.¹⁰ Al ser bienes de experiencia, los espectáculos en vivo se reemplazaron por actividades por streaming evitando las actividades presenciales sin distanciamiento social. La presencialidad beneficia a una cadena productiva completa, beneficiando a otros sectores como el turismo, gastronomía, hotelería y otros que envuelven al evento en un territorio. La particularidad de este tipo de externalidad es que la cantidad óptima, desde el punto de vista privado, es distinta a la del punto de vista social y, por esa razón, muchas veces deben solicitar financiamiento.

Además, está el valor de la curatoría de un festival musical y su rol en la conformación de escenas. El efecto que tiene, por ejemplo, el Festival de Viña del Mar en la trayectoria futura de los artistas nacionales o latinoamericanos es importante. Se dan externalidades en la conformación de escenas musicales, porque el éxito de un cantante de un determinado género o tendencia, depende del éxito de otras agrupaciones del mismo género y esto se da a nivel de audiencias locales, translocales y virtuales (Benett y Peterson, 2004). Es por esto que los teloneros usualmente mejoran su trayectoria futura si colaboran con artistas consolidados.

3.2. Fallas de Mercado y Estado

El valor comercial o de mercado generado por la actividad económica no considera características relevantes desde el punto de vista individual y social, es decir, el precio comercial no refleja el valor de los bienes culturales (Snowball y Webb, 2008). Las teorías de valor distinguen entre el valor de uso de una mercancía, es decir, su capacidad de satisfacer necesidades humanas, y su valor de intercambio, o la cantidad de bienes que alguien estaría dispuesto a entregar para adquirir la unidad de la mercancía. Las primeras particularidades tienen que

⁹Concepto de organización industrial donde un agente o eslabón de la cadena de valor incorpora el siguiente proceso productivo dentro de su operación.

¹⁰En Marzo 2020 se desencadenó una crisis sanitaria a partir del surgimiento del COVID-19 que hasta el momento de la publicación aún tiene a los eventos musicales limitados al online.

ver con fallas de mercado: el valor de uso, o análogamente, el valor social (indicativo del bienestar social por el goce o consumo colectivo de determinada mercancía) es diferente al valor comercial porque muchas de las características de los bienes culturales no se transan en el mercado.¹¹ El valor de los bienes culturales no se mide solamente por su valor comercial.

Segundo, existen externalidades en los bienes de experiencia tanto por el lado del consumo como de la producción. Esto implica que las regulaciones y las políticas de desarrollo local deben entender el fenómeno en su conjunto incluyendo todas las variables relevantes. En teoría del consumidor, se le llama externalidad en el consumo cuando las preferencias de los individuos puedan estar afectadas directamente por la producción o el consumo de otro (Varian, 2010). Por ejemplo, a un vecino le puede molestar la música a todo volumen o una persona puede sentir placer de escuchar cómo practica canto su familiar. En las externalidades de este tipo, el ente regulador podría hacer que los individuos internalicen el costo cobrando multas o premiando dependiendo del valor de la externalidad.

Existe una externalidad en la producción cuando las decisiones de una empresa, consumidor o grupo de interés influyen en la capacidad o posibilidades de producción de una empresa (Varian, 2010). Una dificultad evidente que surge es que un problema para una persona puede ser un placer para otra y esto obliga a jerarquizar y valorizar una cosa sobre otra. Estas decisiones no son económicas exclusivamente y requieren de ejercicios individuales o colectivos de priorización.

Además, se pueden observar fallas del Estado y la más reconocida es la inconsistencia dinámica, que refiere a situaciones en las cuales se necesita un programa de política pública consistente en el tiempo pero, por algún motivo, hay modificaciones radicales en la dirección de la política. En muchos casos, los efectos o los frutos de una política cultural no son observables en el corto plazo. Muchos de los apoyos de posicionamiento de marca país, difusión y de creación de redes ven sus resultados en el largo plazo. Esto genera conflictos entre los políticos o burócratas de turno, puesto que no tienen incentivos en enfocarse en políticas que tienen frutos en el largo plazo.

Otra falla de Estado que surge del análisis institucional son los problemas de agencia que se dan cuando se identifican incentivos diferentes entre los dueños y quienes administran. El problema de información que se da entre el ministerio y el sector musical son las diferencias en los diagnósticos y necesidades de los artistas. Se puede evitar creando mecanismos que le proporcionen al principal (ministerio) acceso a información sobre el papel del agente (ej: ejecutores de fondos). (M. Benavente José Miguel y Grazzi, 2017)

3.3. Adicción Racional

Tercero, los consumidores educan su gusto superando barreras al acceso a la música. Desde la perspectiva del consumo, podemos ver que los consumidores deciden su canasta cultural

¹¹Existen más distinciones teóricas que se hacen relevantes en cultura. El valor de uso corresponde a la expresión monetaria derivada del consumo y el valor de no uso tiene tres elementos: valor de existencia, valor de altruismo y valor de herencia (legado), que se refiere al valor que se deriva del hecho de saber que un determinado bien existe y está disponible para los demás, incluidas generaciones futuras. (O'Hagan 2009; Frey, 2000)(Price, 2016)

en base a muchas variables¹² (ingreso, experiencias pasadas, preferencias, capital cultural, social, etc.). Estas variables son dinámicas, afectadas por las políticas culturales, la demanda agregada o por otros factores exógenos. Los bienes culturales también cambian su naturaleza dependiendo de los ingresos individuales, para algunos tramos un aumento de ingreso, disminuye la intensidad de consumo y para otros lo aumenta. Si la elasticidad ingreso fuera mayor a uno¹³, es decir, a medida que los ingresos de los países aumentan, la demanda de estos bienes debiese ser mayor.¹⁴

La música presentaría adicción racional en el consumo. Los consumidores tienen una utilidad marginal creciente, es decir, que cada vez que escuchan determinada música refinan su oído y van apreciando de mejor manera un amplio abanico de géneros musicales (Seaman, 2009). Esto es ampliar el capital cultural del espectador, ya que permite conseguir herramientas para la apreciación de la música futura. El acceso a la educación musical es un indicador fuerte de visitas a conciertos en vivo o comprar servicios musicales (Antal, 2020). Por esta razón, se justifican las políticas de formación de audiencias y educación artística temprana que tienen efectos en la participación futura, porque los niños se enfrentan con familiaridad con la experiencia artística, lo que elimina barreras simbólicas a la participación tales como sentirse incómodo o fuera de lugar (Oskala y Bunting, 2009). La práctica de la música también puede tener efectos en el desarrollo de habilidades cognitivas y no-cognitivas de los individuos (Egaña, 2010), así como también aumentar las probabilidades de consumir o participar de música en el futuro (Pitts, 2008).

3.4. Mercado Laboral

Cuarto, el mercado laboral de los músicos no es socialmente óptimo. Rara vez los trabajadores culturales son capaces de cubrir sus costos de producción. Por ejemplo, una orquesta sinfónica para pagar a todos sus artistas y transferir los costos a un precio (entrada) tendría que cobrar los costos medios. Si se quisiera financiar por el mercado, estas funciones tendrían precios demasiado elevados los que pondrían una barrera al consumo, además, los salarios que se deben pagar van creciendo más lento que la productividad agregada. Esto lo convierte en un sector poco competitivo, la única manera de sostener económicamente es cobrando precios que crecen a una tasa mayor que la del conjunto de precios de la economía o recibiendo aportes, privados o públicos. A este fenómeno se le llamó la enfermedad de los costos de Baumol. (Towse, 1997).

Si analizamos el mercado laboral de los espectáculos en vivo, desde la perspectiva del músico

¹²Los modelos microeconómicos de formación de gustos utilizan el capital cultural como un parámetro de la función de utilidad así como también las inversiones realizadas por el individuo en el pasado y a lo largo de su vida. El consumo se va educando (learning by consuming) y está determinado por los ingresos, el nivel de oferta del territorio, el precio de los bienes culturales, edad, participación pasada, la educación, la información y las restricciones de ocio-consumo tradicionales. (Stigler-Becker (1977));(Levy-Garbo y Montmarquette (1996)); (Brito and Barros (2005)); (Ateca-Amestoy (2007))

¹³La elasticidad ingreso es mayor que uno cuando por cada 1 por ciento que aumenta el ingreso la cantidad demandada aumenta en un porcentaje mayor a dicho 1 por ciento.

¹⁴En la literatura existe amplia evidencia que apunta a que estos bienes serían superiores en sentido económico (ver Seaman 2006 y las referencias ahí citadas). Si además se tiene en cuenta el costo de oportunidad del tiempo (cuestión pertinente, dado que el consumo de estos bienes es muchas veces intensivo en tiempo), esta elasticidad es aún superior, lo cual aplica no sólo a las artes escénicas sino también a otros bienes como la literatura y el cine. En un excelente trabajo, Zieba (2009) tiene en cuenta esto, considerando una definición de ingreso à la Becker, y encuentra que la elasticidad ingreso es casi cinco veces superior a aquella que no considera el costo de oportunidad del tiempo.

hay un riesgo por la variabilidad de sus ingresos netos futuros, por la alta tasa de fracaso y por la desigual distribución de las ganancias que están concentradas en pocas firmas (fenómeno del valor de superestrella) (J. J. Price, 2016). A las superestrellas la venta de entradas les permite pagar sus costosas producciones y más, mientras que muchos artistas, músicos y bandas han sido llamados emergentes porque su cantidad óptima es menor a la deseada socialmente, y no alcanzan a pagar sus costos de producción. Esto explica que la mayoría de los artistas "subvencionan" su actividad artística con otros ingresos ajenos al giro.

3.5. Por qué intervenir en música¹⁵

Desde el punto de vista económico la intervención se justifica, por un lado, porque potencia las externalidades positivas ligadas a la oferta de bienes artístico culturales y, por otro, corrige fallas de mercado que están vinculadas al sector, específicamente: la existencia de bienes de mérito, de bienes públicos y la existencia de incertidumbre en la producción. (de Presupuestos, 2020).

Existe una brecha en el acceso, determinado por el nivel socioeconómico y una desigualdad tanto en recursos como en educación y tiempo disponible para los consumidores. Esto es muy relevante en el caso de Chile, cuyo sector cultural enfrenta una significativa brecha de acceso entre distintos grupos socioeconómicos (J. Benavente José Miguel y Larraín, 2016)(CNCA, 2017b). Además, existen problemas de información que llevan a los individuos a subestimar la utilidad privada que se deriva del consumo de determinados bienes (Heilbrun y Gray, 2001)(Throsby, 2010). Estas brechas de acceso e información, justifican las políticas de formación de audiencias y exposición de bienes culturales en edad temprana lo que influye en el consumo futuro de cultura. (Oskala y Bunting, 2009).

Existe desigualdad en el mercado laboral, producto de la naturaleza del sector cultural que concentra los ingresos en eslabones de la cadena de valor distintos a los creadores. Está presente el fenómeno de la súper estrellas (superstars value): el hecho de que la distribución de éxito (medido en términos económicos por las ganancias) está muy concentrada en pocos artistas o productos culturales, cuando no existe para eso una explicación satisfactoria basada en diferencias de talento o calidad (Caves, 2000). A esto le sumamos que muchos de los artistas subvencionan su labor musical con otros ingresos. En Chile, el 88,3% de los trabajadores de la cultura no tiene contrato o "boletea" (OPC, 2016). La relación contractual muchas veces es por proyecto, cosa relacionada con la estructura de financiamiento basado en concursos para proyectos anuales o bianuales. Los trabajadores de la música son los que más se dedican exclusivamente a esta actividad en comparación a los demás trabajadores de la cultura. De todas maneras el 49% de los trabajadores complementan su trabajo de músico con otras actividades. (OPC, 2016)

La incertidumbre en el éxito de los proyectos y el financiamiento, pareciera ser un factor característico de las industrias creativas, al punto de que Caves (2000) acuñó el término nobody knows para indicar que muchas veces en este sector el nivel de la demanda en el

¹⁵Sección basada en el valioso trabajo compilatorio y analítico de Juan José Price Elton, Jorge Larraín y José Miguel Benavente en las revistas de Estudios Públicos (CEP) en el marco de un Simposio de Políticas Culturales que tuvo como invitado a Bruce Seaman en 2016.

pasado no es un indicador confiable de su comportamiento futuro. Las asimetrías de información ex-ante se relacionan con la incapacidad del financista para evaluar adecuadamente el riesgo individual de cada proyecto, así como el perfil de cada emprendedor. Además, en general los artistas tienen ausencia de colateral o garantías, no hay historia de comportamiento financiero apremiante ¿Cómo asegurar un préstamo que esté basado en una idea? La propiedad intelectual -derechos de autor- y los acuerdos de preventa pueden actuar como colateral.(F. Price Juan José y Mujica, 2018)

3.6. Cómo intervenir

Las formas de apoyo son consistentes con el análisis teórico de las políticas. Estas ayudas pueden ser: (i) provisión pública (financiando directamente a centros culturales o espacios de oferta de trayectoria que incorporen planes en favor de la música nacional); (ii) apoyo fiscal directo en la forma de subsidios para artistas e instituciones (Fondo de Fomento a la Música Nacional y todas sus modalidades son el apoyo más reconocible que hace el estado al sector); (iii) subsidios a la demanda (lo más cercano en Chile a Vale Cultura es Elige Cultura que es una plataforma de información y oferta cultural, sin subsidios) (iv) apoyo fiscal indirecto en la forma de franquicias tributarias a donantes privados; (v) tratamiento impositivo diferenciado (algunos bienes culturales puedan pagar menos impuestos); (vi) educación artística (importante interdependencia con subsidios a la demanda).(Seaman, 2009)(J. J. Price, 2016)

Bajo un esquema basado en subsidios a la oferta, la cantidad producida finalmente está determinada por quienes tienen la responsabilidad de asignación de fondos: el comité de expertos determinado por el Consejo de Fomento de la Música Nacional. En el caso de la ley de donaciones culturales, también es un comité de expertos quienes determinan si el proyecto en cuestión cumple con las condiciones para recibir el beneficio tributario. Entre los diversos esquemas que pueden existir, no solo hay diferencia en los precios y en las cantidades transadas en equilibrio, sino que en la distribución y contenido de estos. Existen inevitables criterios editoriales de estos comités, llamados riesgos de captura, que benefician a ciertos tipos de contenidos y el mismo riesgo se corre con los subsidios a la demanda, de ahí la importancia de tener claro el enfoque de la política pública (J. Benavente José Miguel y Larraín, 2016). La dificultad que reviste elegir la mezcla de políticas sectoriales adecuada viene de un proceso consultivo que efectivamente se realiza. Al ser un sector complejo por la incipiente organización gremial que dialogue con los hacedores de políticas, muchos de los errores están en los diagnósticos o el uso de la información, pero también en el tamaño del estado puesto que no se cuenta con los recursos necesarios para atender las necesidades sectoriales antes señaladas.

4. Políticas culturales en música ¹⁶

La institucionalidad que da pie a las políticas culturales en Chile se inicia en 1813 con la creación de la Biblioteca Nacional, la Universidad de Chile (1843), Teatro Municipal de Santiago (1857) y el Consejo de Monumentos Nacionales (1925), en una primera etapa con un rol en la construcción de una hegemonía lingüística e identitaria de Chile (CNCA (2012), Palominos (2014)). Luego, hay un largo período entre el momento fundacional y las reformas que ocurren después de la dictadura, donde se destaca la suscripción de Chile a la Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948) y el inicio de las transmisiones de los canales de televisión universitarios (1969).

En el gobierno de la Unidad Popular hubo una intensa producción cultural en todos los ámbitos, pero en música fue impulsada por la Discoteca del Cantar Popular, quienes hicieron peso a las grandes corporaciones (majors) que en ese entonces poseían los medios de producción desde la grabación a la publicación. La producción cultural fue interrumpida por el golpe de Estado en 1973. Desde el año 1990 en adelante, se retomó la discusión de la importancia de las políticas culturales lo que implicó en 2003 la creación del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) con la misión de juntar los esfuerzos dispersos que habían entre ministerios en materia cultural.

En 2017, se crea el Ministerio de las Culturas, las Artes el Patrimonio y en lo que respecta al sector se amplían las posibilidades de apoyo, sumando la importante coordinación interinstitucional con la creación del Plan Nacional de Fomento a la Economía Creativa (2017), quienes sostuvieron mesas técnicas con el Ministerio de Economía, Educación, Hacienda, Relaciones exteriores, Trabajo, Agricultura y Desarrollo social.

El funcionamiento de la política cultural se establece en la Ley 19.891, y señala como una de las funciones del Ministerio el proponer y renovar las políticas culturales para un período determinado, las cuales se plasman en un documento que guía el accionar público. A través de un diagnóstico de problemas, se establecen estrategias y tácticas para la solución de estos desafíos. De esta manera se recogieron 8 políticas sectoriales y 15 políticas regionales que dan sustento a los programas del Ministerio.

Para el sector de la música, está la Política Nacional del Campo de la Música 2017-2022 que luego de la consulta pública en mesas consultivas se agrupó 59 medidas en cuatro ámbitos: (i) la música como desarrollo humano (respuesta a la baja valoración de la música chilena en la ciudadanía); (ii) la música en el contexto educativo (formación de audiencias y desarrollo de talentos); (iii) desarrollo y sustentabilidad de la industria (atender a la desprotección y precariedad laboral de la mayoría de los trabajadores musicales) y (iv) internacionalización como intercambio cultural (reconocer nuestro patrimonio único y promover los intercambios internacionales). Estos ámbitos entregan los criterios necesarios para la aplicación de programas y adjudicar fondos concursables al sector musical.

¹⁶Para una revisión de las políticas culturales en Chile ver Subercaseaux (2006), Benavente-Larraín (2016) CNCA (2012), Palominos (2014) y Garretón et al. (2003), entre otros textos.

Si bien Chile ha tenido una institucionalidad “híbrida” en el ámbito del financiamiento que mezcla elementos de los tres enfoques: Estado delega a expertos la asignación de los fondos concursables (Fondos Cultura), incentivos tributarios para estimular el financiamiento privado de los bienes culturales (Ley de donaciones culturales) y el Estado toma decisiones de asignación autónomas como en el modelo francés. La institucionalidad jurídica que regula la entrega de fondos es la [Ley de Fomento a la Música Nacional 19.928](#)¹⁷, promulgada en 2004. Esta ley rige la actividad y atribuciones del Consejo de Fomento a la Música Nacional quienes debieran ser el principal interlocutor del sector, junto con la SCD. La ley delimita definiciones de los agentes del ecosistema musical (recopiladores, investigadores, artistas, autor, compositor e intérprete), las músicas consideradas (folclórica o de raíz, popular y clásica) entre otras definiciones. El órgano colegiado define los recursos del fondo, qué líneas y modalidades se lanzarán al concurso convocado anualmente. El consejo está conformado por 13 representantes de los diversos ámbitos del sector musical que sesionan mensualmente sugeridos por la entidad más representativa.

Sin embargo, no está exenta de polémicas: se dice que sus labores son reactivas, que la entidad más representativa del sector elige varios escaños, no poseen paridad de género y los consejeros no rinden cuentas a sus representados ni tienen mecanismos directos de diálogo con las bases.¹⁸ El modelo de asignación de fondos se basa en comités técnicos, los cuales califican y evalúan con una rúbrica cuáles proyectos son más aptos según los objetivos de la modalidad. Esta forma tiene consecuencias en la estructura de mercado porque provoca que se creen proyectos en base a concursos anuales con un horizonte cortoplacista y no pueda generarse continuidad.

A la fecha, la Dirección de Presupuestos (DIPRES) ha evaluado el Fondo de Fomento a la Música Nacional con una focalización adecuada, cobertura suficiente, ejecución presupuestaria dentro del rango y cumpliendo el propósito con una mejora no significativa ([de Presupuestos, 2020](#)). Además, existen una serie de informes de circulación limitada que han abordado las diversas aristas del sector musical, y que entregan información valiosa para los agentes de la industria local. Principalmente los programas son evaluados según el grado de cumplimiento de los objetivos de la política cultural trazada que en su planificación, incluyen antecedentes y diagnósticos que poseen un sesgo natural a los grupos de interés que han capturado o se han organizado. Este es el caso de los mapeos de actores que colaboran a validar las apreciaciones y hojas de ruta que puedan existir por sector¹⁹

¹⁷En su reglamento Decreto 174 señala que el Fondo de Fomento se entregará a partir de los mecanismos de concursos públicos, licitaciones o aportes directos.

¹⁸Conclusiones preliminares de la actividad Laboratorio Imesur, celebrada en Enero 2021 donde se sesionó con 30 agentes de la industria, gremios y hacedores de política sobre las preguntas de falencias de la Ley de Fomento a la Música Nacional. (IMESUR, 2021)

¹⁹Como parte del ejercicio de diseño de Chilecreativo, programa enfocado en Economía Creativa a cargo de la Corporación de Fomento del Ministerio de Economía, se realizaron mesas técnicas de trabajo con la finalidad de mapear actores relevantes y confeccionar una hoja de ruta sectorial (CORFO, 2015)

5. El problema de la evaluación de los espectáculos en vivo

Un problema generalizado en la industria musical nacional ha sido la falta de mediciones, indicadores y reportes que demuestren su real impacto (IMI, 2016). Hemos descrito los problemas teóricos a lo que se ven enfrentado los investigadores, pero a esto se le suma una escasez de datos oficiales que deriva en problemas para defender y fortalecer las políticas y programas públicos. Las fuentes oficiales que entregan datos respecto a lo que se recauda por ventas de entradas a conciertos de música en vivo, son difíciles de acceder para la investigación. Se estima que la principal fuente de ingresos para muchos artistas chilenos y productoras son los espectáculos en vivo. A partir de los montos que la Sociedad Chilena del Derecho de Autor (SCD) recauda por concepto de derechos en este tipo de espectáculos podemos calcular el total de ingresos, que asciende a 48 mil millones de pesos en 2015 (OPC, 2016). Para poder estimar el rendimiento financiero del sector musical, de productoras o empresas creativas tenemos falta de formalidad y, donde, usualmente están combinadas con otras actividades relacionadas como arriendo de equipos, grabación de sonido, producción de películas y televisión.

Para la medición del valor económico de un sector, donde el precio no es un indicador del bienestar, se utilizan métodos alternativos de evaluación basados en preferencias declaradas, como el método de valoración contingente y el de choice modelling²⁰, donde se busca comparar y extraer la disposición a pagar en escenarios donde está o no presente ese bien o experiencia en cuestión.

Cualquier análisis más específico de la música debe basarse en encuestas específicas del evento que generalmente no están incluidas en el programa estadístico del gobierno y la industria misma debe organizarlo (Antal, 2020). Si bien el marco institucional ha establecido que la economía creativa - por consiguiente la música- posee externalidades positivas (conocimiento, red e industria)²¹ estas son difíciles de medir.

Por ejemplo, tomemos el impacto que puede tener un festival musical en el turismo, en el desarrollo de audiencias y artistas, en la generación de inclusión y cohesión social, entre otros, son raramente medidos debido a la escasez de metodologías, estándares, herramientas y organizaciones capaces de realizar estas mediciones. Los modelos de medición de valor no-mercado pueden ser útiles para entender las relaciones intersectoriales y también para entender el impacto en la economía local (M. Benavente José Miguel y Grazzi, 2017).

Estos y otros mecanismos de evaluación pueden ser aplicable a programas y políticas que son denominados experimentales, donde se busca medir el efecto que tiene un “tratamiento” sobre una población deseada, todo esto enfocado en alguna variable de resultado y aplicando el programa de manera aleatoria a un grupo de control.

²⁰El choice modelling intenta modelar el proceso de decisión de un individuo a través de preferencias reveladas o preferencias declaradas hechas en un contexto o contextos particulares. Al igual que el método de valoración contingente, se aplican encuestas. (Price, 2016)

²¹Las externalidades de conocimiento se refieren a las nuevas ideas, innovaciones y procesos entre organizaciones artísticas a propósito del festival o encuentro. Las externalidades de red son los impactos que emergen de la presencia de alta densidad de industrias creativas en un sector específico (efecto cluster). Las externalidades de industria son los beneficios en la cadena de valor vertical e intersectorial en la economía y sociedad en su conjunto. (Fleming et. al 2015)

La mayoría de los mecanismos e informes de monitoreo y evaluación de festivales musicales dirigidos a sus grupos de interés, ²² se basan en el análisis de información entregadas por los organizadores (asistentes, presupuesto, información corporativa, lineamientos estratégicos), así como también el levantamiento de información (entrevistas semi-estructuradas, encuestas presenciales u online diferenciada por grupos de interés y grupos focales).

En estos informes diferencian los impactos económicos según el nivel de incidencia que tienen: directo (aspectos de financiamiento, asistentes, artistas y empleo); indirecto (consumo indirecto de visitantes en la localidad o empresas relacionadas) e inducido (efecto multiplicador del gasto). Incluso analizando la existencia de 3 capitales: social, económico y relacional (Deloitte, 2014)(Barros, 2014).

Sin embargo, la utilidad de estos reportes para los formuladores de las políticas que tienen que decidir sobre la asignación de recursos, es limitada. Hasta el momento los estudios de caso no son numerosos y debido a la naturaleza heterogénea de los enfoques metodológicos utilizados, los resultados de los análisis de impacto rara vez son comparables.

²²Estos métodos deben ser diferenciados de los métodos, por ejemplo, de Matriz de Marco Lógico (MML) el cual utiliza indicadores de desempeño y de cumplimiento de objetivos usualmente que son bajadas de las Políticas Nacionales.

6. Conclusiones

La industria cultural y, en particular, la industria musical muestra una brecha importante entre la información que se ha levantado y la relevancia relativa que tienen sus políticas sectoriales, esto cuando se les compara con otras industrias.

La presente investigación buscó aportar en mostrar un estado del arte de la información económica e institucional del sector musical, contribuyendo a la difusión de información y sumando elementos a la discusión en un sector que no se transa en el mercado según el valor social que tiene la existencia de artistas.

La institucionalidad - y la medición de sus resultados- usualmente reacciona más lento que los cambios tecnológicos, y en el caso de las políticas en el sector musical pareciera ser el caso. A nivel de representatividad en el Consejo de Fomento de la Música Nacional y formas de financiamiento fuertemente centrado en la oferta se requiere un cambio. Se propone reformar el sistema de seguimiento de proyectos, financiar a organizaciones relevantes del sector de mediano plazo y largo plazo, y poner en agenda el tema de la digitalización de los modelos de negocios musicales. Además de considerar que la información debiese tomar mayor relevancia es igual de importante la utilización de estos datos para el diseño de mejores modelos de desarrollo para el sector siguiendo el camino de muchos otros países que han entendido la relevancia de la cultura en el desarrollo integral de los territorios.

Se destaca la labor que está realizando el bien público de CORFO Observatorio Digital de la Música Chilena, quienes poco a poco están levantando información relevante para la toma de decisiones. Estamos presenciando un cambio en las prioridades de la sociedad chilena, lo que está también alterando el valor relativo que tiene la información en cuanto perspectiva economicista de un fenómeno complejo que tiene variables políticas, sociales y sociológicas.

Los festivales en vivo y encuentros musicales tienen características empresariales que benefician a la sociedad en diversos aspectos. Muchas externalidades no están siendo medidas y esto dificulta su defensa. Si se potencian las iniciativas de medición, información y análisis, pero al mismo tiempo se educan a los agentes de la industria musical, es posible conseguir mejores resultados. La medición del capital relacional y el análisis de redes emergidas a propósito de un encuentro de industria musical, aparecen como los principales desafíos de investigaciones futuras.

Referencias

- Antal, D. (2020). Central and eastern music industry report 2020. *Consolidated Independent CEEMID*.
- Argentina, O. I. (2006). Cuenta satélite de cultura. primeros pasos hacia su construcción en el mercosur cultural. *Secretaría de Cultura de la Presidencia de la Nación Argentina*.
- Aviles, N. (2017). Industria musical chilena (según peter tschmuck). *Revista Matiz, Blog de Nicolas Aviles*.
- Barros, F. (2014). Metodología para medir el impacto en festivales y eventos de alta convocatoria. *Universidad Técnica Federico Santa Maria. Fanear Labs*.
- Benavente, J., José Miguel y Larraín. (2016). Ministerio de las culturas: Análisis de diseño institucional. *Revista de Estudios Públicos (CEP), Simposio de Políticas Culturales(144)*.
- Benavente, M., José Miguel y Grazzi. (2017). Políticas públicas para la creatividad y la innovación: Impulsando la economía naranja en américa latina y el caribe. *Banco Interamericano de Desarrollo*.
- Benett, A., y Peterson, R. (2004). Music scenes : local, translocal virtual.
- Caves, R. (2000). Creative industries: Contracts between art and commerce. *Harvard University Press*.
- CNCA. (2014). Mapeo de industrias creativas en chile. *Consejo Nacional de la Cultura y las Artes*.
- CNCA. (2015). Plan nacional de fomento a la economía creativa. *Consejo Nacional de la Cultura y las Artes*.
- CNCA. (2017a). Actualización del impacto económico del sector creativo en chile. *Consejo Nacional de la Cultura y las Artes*.
- CNCA. (2017b). Encuesta nacional de participación cultural 2017. *Consejo Nacional de la Cultura y las Artes*.
- Deloitte. (2014). Global impact model evaluación de impacto: más allá del enfoque tradicional.
- de Presupuestos, D. (2020). Ministerio de hacienda chile.
- Egaña, P. (2010). Efectos de las actividades artísticas en el desarrollo de habilidades cognitivas y no cognitiva en estudiantes vulnerables: El caso de la orquesta de curanilahue. *Universidad de Chile*.
- Heilbrun, J., y Gray, C. (2001). The economocis of art and culture. *Cambridge University Press*.
- IFPI. (2020). Global music report. the industry in 2019.
- ODMCh. (2020). Diagnóstico de la industria musical chilena: estallido social y covid-19. , *Observatorio Digital de la Música Chilena*.

- OPC. (2016). Industria musical en Chile: Cifras para una caracterización. *Observatorio de Políticas Culturales Chile*.
- Oskala, E. C. T., A; Keaney, y Bunting, C. (2009). Encourage children today to build audiences for tomorrow: Evidence from the taking part survey on how childhood involvement in the arts affects arts engagement in adulthood. *Arts Council England*.
- Pitts, S. (2008). Extra-curricular music in UK schools: Investigating the aims, experiences and impact of adolescent musical participation. *International Journal of Education and the Arts*.
- Price, F., Juan José y Mujica. (2018). Matchfunding: una alternativa de financiamiento para las industrias creativas. *División de Competitividad, Tecnología e Innovación. Banco Interamericano de Desarrollo, Documento para Discusión N°IDB-DP-647*.
- Price, J. J. (2016). Racionalidad económica de la política cultural. *Revista de Estudios Públicos (CEP), Simposio de Políticas Culturales(144)*.
- Seaman, B. (2009). Cultural economics: The state of the art and perspectives. *Estudios de Economía Aplicada, 27-1, 7-32*.
- Snowball, J., y Webb, A. (2008). Breaking into the conversation: cultural value and the role of the south african national arts festival from apartheid to democracy. *International Journal of Cultural Policy*. doi: 10.1080/10286630802106326
- Throsby, D. (2010). The economics of cultural policy. *Cambridge University Press*.
- Towse, R. (1997). Baumol's cost disease. *Edward Elgar Publishin*.
- Tschmuck, P. (2006). Creativity and innovation in music industry. *Institute of Culture Management and Culture Science, University of Music and Performing Arts Vienna, Austria*.
- Varian, H. (2010). Un enfoque actual microeconomía intermedia. *Antoni Bosch editor, Octava Edición*.
- Wagner, A. H. T., Thomas; Benlian. (2014). Music scenes : local, translocal virtual. *Institute of Information Management*.
- Yúdice, G. (2002). El recurso de la cultura: Usos de la cultura en la era global. *Editorial Gedisa, Barcelona*.

7. Apéndices

Cuadro 1: Tabla 1. Cadena de Valor

Eslabón de la cadena	Definición
Formación	Se presenta en niveles formales, no formales o informales, cobrando mayor relevancia en plataformas digitales y la auto-formación
Creación	Los procesos de creación se manifiestan en la obra musical (letradura-música)
Producción	La creación de la obra o show musical se materializa en fonograma o espectáculo en vivo.
Gestión y difusión	Proceso mediante el cual se crea la estrategia para la promoción, divulgación, distribución y circulación de la música. Es el desarrollo de un plan estratégico de marketing a través de múltiples estrategias y plataformas
Circulación y ventas	Consumo del producto a través de plataformas digitales, físico (CD, MC, Vinilo LP, DVD, Blu-Ray, Video, Otros) y para los shows y espectáculos en vivo (festivales, encuentros de industria y espacios)

Fuente: Elaboración propia en base a Política Nacional del Campo de la Música 2017-2022

Cuadro 2: Principales modelos de negocios del sector musical

Modelos de ingresos		Fuente de Información
Propiedad Intelectual: Recaudación y Distribución de derechos	Fonomecánicos Ejecución Ejecución Conexos	Sociedad de Derechos de Autor (SCD)
Ventas	Ventas Físicas Ventas Digitales Ventas Agregadas sector	Asociación de Productores Fonográficos de Chile A.G. (IFPI Chile) Servicio de Impuestos Internos (SII)
Espectáculos en vivo	Asistentes y funciones Asistentes y gasto promedio	Encuesta de Espectáculos Públicos (INE) Encuesta de Participación Cultural 2017 (CN-CA)