



ECONOMÍA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN ESPAÑOL

Manuel Santos Redondo (Coord.)
Ariel, Fundación Telefónica
Madrid, 2011

La importancia que tiene la cultura en la economía ha sido objeto de especial atención por parte de los economistas durante las últimas décadas. De una forma más o menos explícita, los autores han venido señalando la interrelación existente entre ambas, mostrando la posibilidad de que se produjeran efectos *feedback*, de tal manera que la cultura favorecería la consecución de un objetivo tan importante como es el crecimiento económico y una vez que se alcanzasen unos ciertos niveles de crecimiento, se demandarían más actividades culturales. Gracias a estos comportamientos, se produciría un «círculo virtuoso». Pero un elemento original y a su vez muy relevante a la hora de analizar el papel que desempeña la cultura es hacer hincapié en la importancia que tiene el idioma en el que se asienta o se difunde dicha cultura. Y este aspecto es el que es objeto de estudio del libro que se reseña.

En efecto, la tesis defendida en esta publicación es que la el sector de la cultura tiene un peso específico importante en la actividad económica de un país, y en este sentido, la lengua en la que se expresa dicha cultura, por tanto, también desempeñará un papel relevante en el proceso. Cuanto más conocida y practicada sea a nivel mundial, como es el caso del español, más fácilmente transmitirá la cultura del país en cuestión y más actividad económica generará. Así pues, la finalidad del libro del profesor Santos Redondo es, como él mismo indica (p. 19) «Conocer y medir el aspecto económico y empresarial de la cultura en español».

En concreto, para alcanzar este objetivo, la publicación está dividida en tres partes, incluyendo en total ocho capítulos. La primera agruparía los tres primeros capítulos, la segunda los cuatro siguientes y la ter-

cera parte, uno en el que se recogen las principales conclusiones y las futuras líneas de investigación en este campo.

LA CULTURA Y LA ECONOMÍA

La primera parte del libro lleva por título «La cultura como parte de la economía». En ella se exponen los distintos elementos que se van a emplear en la segunda parte de la obra. Así, en el primer capítulo, se centra en la producción de los bienes culturales y expone que a lo largo del siglo XX surge lo que se ha venido denominado la «industria cultural» gracias a la producción en serie y al consumo de masas. Ello no quiere decir que con anterioridad no hubiese un aspecto empresarial y material de la cultura. Siempre ha habido empresarios que se han dedicado a gestionar cultura y ofrecerla al público, como es el caso, por ejemplo, del teatro y la ópera. Pero la mayor demanda de este «producto» ha motivado que su forma de gestionarla y organizarla cambiase, ya que muchos de esos productores dejaron de ser elitistas para pasar a ser populares.

El segundo capítulo se centra en exponer los distintos medios para medir y delimitar las industrias culturales. Para ello resulta imprescindible definir lo que se entiende por «cultura», para pasar posteriormente a mostrar los distintos enfoques que se han venido utilizando para medir esta actividad, y finalizar destacando el papel esencial que desempeña el idioma como ya hemos indicado anteriormente,

El tercer capítulo, con el que se cierra la primera parte, recoge las principales estadísticas referentes a las industrias culturales en español en nuestro país. Como indica el profesor Santos Redondo, para llevar a cabo este análisis se han descontado los sectores que no están directamente relacionados con el idioma, por lo que los sectores que sí se incluyen son el teatro, la danza y los musicales; la música grabada y en vivo; el cine; la televisión y la radio; los libros; los periódicos y revistas; los archivos y las bibliotecas; el turismo idiomático; los juegos; la publicidad y la informática.

Por otro lado, hay que añadir que la medición corresponde al valor añadido y no al volumen de negocio, eliminando de esta forma los consumos intermedios.

ANÁLISIS POR SECTORES

En la segunda parte del libro, titulada «Las industrias culturales por sectores», se detallan los resultados obtenidos por sectores en el capítulo 3 del libro, ofreciendo de esta manera una panorámica completa de esta industria. Así, el capítulo 4 se centra en las artes escénicas (teatro, danza y ópera) y musicales (con-

ciertos en vivo y música grabada). En este ámbito y, como lo señala el autor, se generan problemas a la hora de obtener la información, ya que la frontera entre ambas no suele estar bien definida.

Por su parte, el capítulo 5 sigue el mismo esquema que el anterior, pero centrado en este caso en el cine, televisión y la radio, mientras que el sexto se centra en la industria editorial que se divide en dos sectores; por un lado, los libros y por el otro, los diarios, las revistas y agencia de noticias. A su vez, se incluyen dentro de este capítulo también los archivos y las bibliotecas. A pesar de que estos sectores están asociados a la impresión en papel, el autor también recoge en el análisis la edición digital de libros y revistas, que incluye, entre otros ámbitos, Wikipedia, e-books, ediciones digitales de periódicos, etc.

Esta segunda parte finaliza con el capítulo 7 en el que se estudian otras industrias que suelen considerarse parcialmente relacionadas con la cultura, tales como los juegos, juguetes y videojuegos; turismo idiomático, publicidad e informática. Asimismo, se incorpora un sector denominado «multidisciplinar» que se refiere a las actividades de promoción, y a la regulación de las industrias culturales, y que no se han incluido en los anteriores sectores por problemas contables. En este subsector se hace especial hincapié en las fases de creación y difusión de productos culturales.

FUTUROS ESTUDIOS

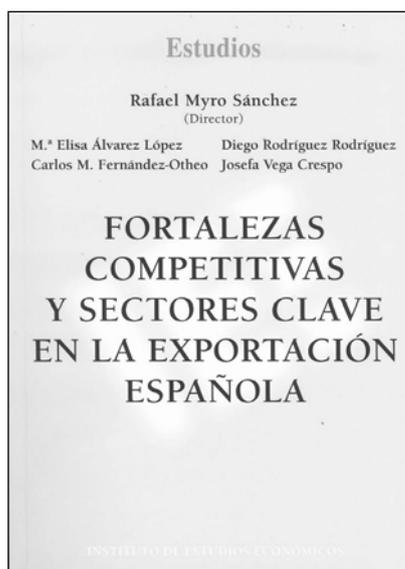
Como se ha indicado anteriormente, la tercera parte del libro recoge un único capítulo, el octavo, que no sólo integra las principales conclusiones del estudio realizado, sino también futuras líneas de investigación que se pueden llevar a cabo a partir de esta publicación.

Dentro de este último aspecto, una de las posibilidades es la de ampliar el ámbito geográfico del estudio, ya que, aunque está centrado en España, sería igualmente interesante que también se llevase a cabo para el caso de América Latina.

Asimismo, sería importante aplicar una metodología común a la hora de realizar este tipo de análisis, lo que no suele ser habitual y a partir de ella replicar el estudio también para otros ámbitos, como el europeo.

En definitiva, se trata de un libro de gran interés para todos aquellos que quieran conocer la realidad económica de la empresa cultural en España, riguroso en su análisis y en la exposición de las conclusiones del estudio.

■ Miguel Ángel Galindo Martín
■ María Teresa Méndez Picazo



FORTALEZAS COMPETITIVAS Y SECTORES CLAVE EN LA EXPORTACIÓN ESPAÑOLA

Myro Sánchez, R. (Dir.)
Álvarez López, M.^ª E.
Fernández Otheo, C. M.
Rodríguez Rodríguez, D.
y Vega Crespo, J.

Instituto de Estudios Económicos
Madrid, 2013

El vigor exportador es una de las escasas notas positivas que puede apreciarse en la deprimente trayectoria de la economía española desde el inicio de la crisis. La intensa incidencia de ésta sobre la demanda interna ha hecho que ese vigor haya sido presentado en numerosos foros como una de las bazas más importantes y más esperanzadoras de cara a una eventual recuperación. El trabajo objeto de este comentario resulta de una gran utilidad para valorar de forma ajustada el papel desempeñado por el comercio exterior español desde el comienzo de siglo, superando las visiones un tanto precipitadas y excesivamente optimistas que suelen proliferar en esos foros. El texto recurre a información abundante, reciente y muy detallada, tomada de distintas fuentes. Gracias al trabajo desarrollado a partir de esa información se identifican con precisión los fundamentos en los que se asienta realmente el potencial exportador español –especialmente en los últimos años– y también las limitaciones más significativas a las que se enfrenta.

Los autores de este libro, editado por la CEOE y el ICEX, y coordinado por el Servicio de Estudios del Instituto de Estudios Económicos, confirman el profundo conocimiento del sector exterior español que ya han mostrado en otros trabajos publicados hasta la fecha, en los que individualmente o trabajando de forma conjunta han analizado, entre otras cuestiones, la competitividad de nuestra economía, la repercusión de la política industrial en las exportaciones o la conexión de la inversión directa con la presencia comercial en otros países.

LOS SECTORES CLAVE

A partir de un primer capítulo en el que se lleva a cabo una presentación general de la trayectoria de las

ventas de bienes y servicios españoles en los mercados del resto del mundo, los dos capítulos siguientes permiten profundizar en el conocimiento de las ramas que han mostrado una mayor o una menor fortaleza competitiva y los rasgos más reseñables de la composición regional de las exportaciones.

El resultado más relevante del primero de esos dos capítulos es la caracterización de las actividades que, a partir de lo que revela una amplia gama de indicadores, podrían considerarse los sectores-clave del potencial exportador español: alimentos, bebidas y tabaco, maquinaria agrícola e industrial, química, metálicas básicas, textil y confección y medicamentos. Otras actividades presentan un perfil menos favorable, por perder fuerza competitiva (como sucede con una rama tan relevante en las exportaciones españolas y con tanta capacidad de arrastre como es la fabricación de vehículos de carretera), por no ofrecer las condiciones propias de un sector-clave o por combinar ambas características. No deja de resultar preocupante que se encuentren en esta última situación un número importante de actividades relacionadas con las tecnologías de la información y las comunicaciones (con muy poco protagonismo, por tanto, en el reciente empuje de las ventas españolas en el exterior).

EXPORTACIONES

El estudio de la capacidad exportadora por regiones, desarrollado en el tercer capítulo, pone de relieve la gran desigualdad en el reparto de dicha capacidad desde una perspectiva espacial. Sólo seis de esas regiones -Cataluña, la Comunidad de Madrid, la Comunidad Valenciana, el País Vasco, Galicia y Andalucía- acaparan en torno al 75% de las exportaciones españolas. En el resto del territorio español, la salida a los mercados exteriores sigue siendo, en términos generales, un reto pendiente. Se da, además, la circunstancia de que las comunidades autónomas en las que se concentra el potencial exportador (y en particular, aquéllas que cuentan con una mayor renta per cápita) son al mismo tiempo las que presentan una posición más consolidada en los sectores con un mayor contenido tecnológico. En sentido contrario, los territorios más pobres tienden a exportar bienes y servicios con un grado de sofisticación menor que el observado a escala nacional. El desafío para esas zonas es, por ello, aún más importante.

El análisis de las ventas en el resto del mundo desde una perspectiva macroeconómica se completa con una interesante aproximación a la realidad de las empresas como unidades exportadoras. El texto se ocupa fundamentalmente de dos de sus características: su tamaño y su vinculación con la inversión directa en el exterior (IDE). El trabajo desvela que, curiosamente, y a pesar de lo que podría esperarse

a partir de algunas aportaciones teóricas recientes, no son las empresas más grandes las que manifiestan una mayor vocación exportadora. El análisis realizado confirma, por otra parte, la gran concentración de las ventas en el exterior, un rasgo ya detectado en el análisis de su distribución espacial. Un 5% de las empresas son las responsables de más de las tres cuartas partes de las ventas de bienes y servicios españoles en el resto del mundo. Esas empresas sobresalen por su elevada productividad, que consigue compensar unos costes laborales superiores, en término medio, a los que registran las empresas que destinan su producción al mercado nacional.

CAPITAL EXTRANJERO

El capítulo que se ocupa del papel del capital extranjero sí ratifica lo que cabría esperar a la luz de las aportaciones teóricas más difundidas en los últimos años. En ese sentido, los datos manejados por los autores ponen de manifiesto la elevada propensión exportadora de las filiales localizadas en nuestro país frente a las empresas nacionales. De acuerdo con la información que se maneja en el trabajo, en los últimos años se observa, no obstante, cierta pérdida de protagonismo de las filiales en el comercio exterior español, frente a las empresas de capital nacional.

Aparte de las cuestiones ya reseñadas, el texto incluye también un atractivo estudio, basado en la metodología *input-output*, sobre el impacto de las exportaciones sobre la producción y el empleo y sobre el efecto que tienen, a su vez, dichas exportaciones sobre la dinámica de diferentes ramas. Integra asimismo dos capítulos en los que se analizan las medidas que podrían adoptarse para prolongar en el tiempo los buenos resultados relativos cosechados por nuestro país en los últimos años en materia de comercio exterior. Uno de esos capítulos está consagrado a las posibilidades que ofrece la política industrial y otro más se ocupa de la promoción de las exportaciones en sentido estricto. En el primero de los capítulos se defiende que la referida política industrial es esencial para fomentar la internacionalización de las empresas. El estudio del caso español desvela que, pese a ello, esa política está un tanto descuidada, como revela la escasa dotación presupuestaria con la que cuenta o la imprecisa definición de sus objetivos. La política de promoción de las exportaciones merecería, de acuerdo con los autores, una valoración más favorable, aunque se detectan algunos puntos débiles. Entre ellos sobresale la necesidad de reforzar la coordinación de dicha política con la política industrial y su insuficiente armonización con las medidas de promoción de la IDE.

■ Luis Fernando Lobejón