

INTRODUCCIÓN

La cultura está considerada como uno de los factores que favorecen el crecimiento económico de los países y, en consecuencia, generadora de efectos positivos para el bienestar de la sociedad. Esta premisa permite concluir que cualquier medida tendente a favorecer la actividad cultural tendrá también una incidencia positiva sobre distintos objetivos de política económica: directamente sobre el crecimiento, como acabamos de indicar e, indirectamente, sobre el empleo, entre otros.

En este contexto, las empresas culturales desempeñan un papel relevante, ya que a través de ellas se va a desarrollar y transmitir esencialmente la cultura. De ahí que sea necesario estudiar su comportamiento, su actividad y los diferentes factores que pueden incidir sobre las mismas. Especialmente relevante es el papel que desempeñan las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TICs). Por un lado, porque contribuyen a la apertura de nuevos mercados a los que transmitir los distintos bienes culturales, abaratando y facilitando su acceso, pero por otro, porque pueden generar importantes costes a la industria a través de prácticas no respetuosas con la propiedad intelectual.

La monografía que **Economía Industrial** entrega en este número estudia substancialmente el papel que juegan las TICs en el desarrollo cultural, describiendo y analizando algunos de los efectos que estas nuevas tecnologías producen en la industria de la cultura en general y en las empresas que la soportan en particular. A este objetivo contribuyen veintiún autores con una decena de artículos, coordinados por **Miguel-Ángel Galindo Martín, Domingo Ribeiro Soriano y María Teresa Méndez Picazo**. Su aportación ha sido esencial para el logro de este propósito, que esta revista agradece especialmente.

La sección monográfica de la revista se divide en tres partes, correspondiendo a la primera una visión general del tema abordado, que se detiene en la mutua influencia de cultura y crecimiento económico, en la tensión entre medios digitales y propiedad intelectual y en la influencia de las políticas en el acceso a la cultura. En la segunda parte se aborda específicamente el impacto de las nuevas tecnologías en la producción y el desarrollo cultural; desde las más implicadas en la actividad productiva hasta las que soportan las redes sociales. Y la monografía se cierra con los habituales casos de estudio, en esta ocasión, de tres experiencias de promoción cultural condicionadas por el cambio tecnológico.

Abre el primer apartado, centrado en los aspectos generales de la monografía, un artículo de **Miguel-Ángel Galindo Martín y María Teresa Méndez Picazo** que pondera la importancia de la relación entre cultura y crecimiento económico, subrayando que este análisis cobra cada día más protagonismo al explicar las diferencias en los niveles de crecimiento y desarrollo de las naciones. Previene sus autores contra la infravaloración del factor cultural en el diseño de las políticas económicas y destacan la mutua influencia entre ambas.

En el siguiente artículo, **Miguel-Ángel Sastre Castillo e Ignacio Danvila del Valle** analizan los cambios introducidos por la utilización de las TICs en determinados ámbitos culturales, caso de

la música, el cine y la actividad editorial, considerando principalmente las oportunidades y amenazas que esta evolución conlleva en estas industrias. Entre las primeras, los autores subrayan la ocasión de negocio entrañado por las herramientas de Internet mientras que, en la vertiente de las amenazas, destacan la piratería y el consumo ilegal de productos culturales.

Cierra este primer apartado un tercer artículo elaborado por **María Soledad Castaño**, que se centra en estudiar las alteraciones que ha supuesto el uso de Internet a la hora de acceder a los distintos bienes culturales: música, vídeo, libros, juegos, etc. La autora analiza estadísticamente las diferencias de uso y acceso *on line* por edades y nivel de estudios. También expone el papel que juega la política cultural en este contexto, sopesando el caso español.

El segundo apartado, dedicado al impacto que las nuevas tecnologías digitales está produciendo en las industrias culturales, arranca con un trabajo de **Víctor González Sánchez** y **Susana de los Ríos Sastre** y se centra en el ámbito geográfico europeo, considerando como ejemplo de influencia positiva la digitalización del patrimonio cultural y los diversos cambios experimentados en la participación cultural. Se advierte, no obstante, que resta por recorrer un largo camino hasta aprovechar en un grado satisfactorio el potencial económico y social que las TICs pueden aportar a las industrias de la cultura.

José Manuel Saiz Álvarez firma el artículo siguiente, en el que parte de la idea de que las TICs suponen una importante transformación estructural de la industria del libro, sobremanera cuando se trata de reducir riesgos y ahorrar costes operativos. Entre las nuevas posibilidades más ventajosas describe el *Print-on-Demand* (POD), que supone que un determinado número de unidades no se imprime hasta que no es solicitado.

A este tiempo de crisis viene a responder el trabajo de **Vanessa Campos Climent**, **Joan Ramón Sanchís Palacio** y **Domingo Ribeiro Soriano**, cuyo objetivo esencial es presentar un modelo de dirección estratégica apropiado a las Empresas Cooperativas y de la Economía Social (ECES) que operan en el ámbito industrial de la cultura. La práctica de este modelo resulta especialmente adecuada en una situación de adversidad económica como la actual. También destacan los autores que las ECES son un modelo muy indicado para las industrias de la cultura por su estructura participativa.

El protagonismo inevitable que tienen las redes sociales en la industria de la cultura es abordado en el trabajo que suscriben **María de los Reyes González Ramírez**, **Juan Llopis Taverner** y **José Luis Gascó Gascó**. Utilizando la opinión de expertos en el tema, y basados en el método Delphi, estos autores concluyen importantes ventajas derivadas del uso de estas herramientas *on line*, así como la prevalencia del uso utilitario sobre el expresivo y de las motivaciones proactivas sobre las reactivas.

Marco Paiola, **F. Xavier Molina**, **Luís Martínez-Chafer** y **José Antonio Belso** abren la tercera parte de la sección monográfica, dedicada al estudio de casos. Exponen la evolución de tres festivales de éxito en ciudades de tamaño pequeño y subrayan la importancia que, por diferentes caminos, han tenido en este desarrollo las redes populares locales. Aportan diversos mecanismos de gobernabilidad de estas redes involucradas como experiencia útil para la organización de este tipo de eventos.

Un segundo caso estudiado se centra en los museos y en los clubes de fútbol. Sobre la base de ambas industrias, relacionadas en el plano emocional de sus usuarios y seguidores, **Rubén Herskovits**, **Mercedes Grijalvo**, **Miguel Palacios** y **Javier Tafur** analizan las oportunidades que abren las nuevas tecnologías a las empresas dedicadas a la cultura y ocio de modificar y mejorar sus modelos de negocio.

Concluyen el tercer apartado y la monografía **María del Mar Benavides-Espinosa, Irene Comeig Ramírez y Lourdes Canós-Darós** con el análisis de algunas variables de diseño organizativo en la industria cultural. En concreto, abordan el tamaño del equipo de trabajo, los sistemas de información y la cultura organizativa. Los efectos se presentan desde una perspectiva teórica y empírica, utilizando para ello diversos experimentos económicos de laboratorio.

La sección de «Otros temas» incluye en este número seis trabajos que suscriben quince autores y cuya temática, como es habitual en esta sección, es variada, puesto que se nutre de la iniciativa espontánea de los lectores de **Economía Industrial**. Como es norma, todos los trabajos han seguido un proceso de evaluación anónima por parte de expertos

Abre esta sección un trabajo de análisis histórico referido al cluster del conocimiento del País Vasco, en el que se pasa revista a una década. **Francisco Panera Mendieta, María Jesús Luengo Valderrey, Julián Pando García e Iñaki Periañez Cañadillas** identifican y valoran los parámetros del capital relacional que han inducido y movilizado a los socios de este *cluster* a participar en las actividades clave y de máximo interés asociativo del mismo. Su exposición resulta minuciosa en lo que atañe a los puntos críticos y áreas relevantes de la gestión para cada uno de los agentes, clasificados por tipologías.

Cómo optimizar la gestión de la reputación corporativa en las pequeñas y medianas empresas de servicios para que ésta se conviertan en fuente de competitividad es la pregunta que intentan responder **Inocencia María Martínez de León e Isabel Olmedo Cifuentes** a través de una investigación basada en la metodología Delphi con 35 expertos y enfocada a las Pymes. Aportan una escala de medida de la reputación empresarial adaptada a estas empresas que facilita la obtención de un *ranking* específico.

En un tercer trabajo, **Jesús Iglesias, Mónica Carmona, Antonio A. Golpe y Juan Manuel Martín** analizan la existencia de la curva medioambiental de Kuznets con datos que abarcan el último siglo y medio (1850-2008). Aunque los resultados obtenidos no avalan la existencia de dicha curva para el caso español, si constatan los autores que la relación entre el crecimiento económico y las emisiones de CO₂ ha sido muy distinta a lo largo periodo estudiado. Concretamente, en los últimos 25 años se aprecia un cambio importante en dicha relación, poniendo de manifiesto que la economía española está aproximándose a niveles de emisión de CO₂ que en un futuro le permitirán cumplir con la hipótesis señalada por Kuznets.

La competitividad de la industria auxiliar almeriense y su potencial centra la temática del trabajo que firman **Juan Uribe Toril y Jaime de Pablo Valenciano**. Investigan como potenciar la empresa auxiliar agrícola como eje de diversificación del modelo productivo de la citada provincia andaluza. Con este fin estudian los factores de competitividad, las necesidades para competir y las mejoras de la competitividad de la citada industria.

Sobre la base de una muestra de 13.883 empresas de 17 Comunidades Autónomas españolas, **María José Palacín Sánchez y Luis. M. Ramirez Herrera** analizan la influencia del factor regional en las decisiones de financiación de las Pymes entre 2004 y 2007 y constatan que la estructura financiera de estas empresas varía significativamente entre las distintas comunidades.

Esta sección de «Otros temas» se cierra con un artículo referido a la gestión de tráfico en Internet y la neutralidad de la red, tan debatida en todo el mundo. En este contexto, **Luis Manuel Ruiz Gómez** expone la evolución habida en Europa y advierte del riesgo de que algunas empresas exploten indebidamente el control de la red y discriminen distintos tipos de tráfico, lo que podría dar lugar no solo a la limitación electora de los consumidores sino también a una expropiación injusta de los beneficios por parte de los proveedores de servicios de red.