

Crítica de llibres

BUSTAMANTE, E. (coord.) *Informe sobre la cultura española y su proyección global 2011* [ICE 2011]. Madrid: Fundación Alternativas, 2011. 230 p.

ISBN 978-84-9768-943-4

SANTOS REDONDO, M. *Economía de las industrias culturales en español*. Madrid: Editorial Ariel - Fundación Telefónica, 2011. 276 p. ISBN: 978-84-08-10259-5

PER RAMÓN ZALLO

Professor de la Universidad del País Vasco - Euskal Herriko Unibertsitatea

ramon.zallo@ehu.es



Cultura d'Estat a Espanya o en espanyol

La cultura a Espanya es pot estudiar des de molts angles i perspectives, però, per basar un diagnòstic sobre el seu estat de salut, també cal una aproximació estructural que en reflecteixi els equipaments, el finançament, les estructures i els hàbits, però també els fluxos i les tendències.

Aquesta aproximació, amb accent econòmic, es pot realitzar des de biaixos (fascinació tecnologista, prioritat comercial, culturalisme...) i a interès de part –ASIMELEC (2011), AEMETIC (2011), EGEDA (2012), SGAE (2011), Fundación Telefónica (2012), PwC (2011)–, o des de la legitimació de les polítiques –ONTSI (2011), CMT (2011), Ministeri de Cultura (2012). També en cal una anàlisi des de la independència i l'actitud crítica, entenent la cultura des de la seva funció social i el seu àmbit transversal de desenvolupament democràtic, integrador i de valors. És el cas de l'ICE 2011.

L'equip investigador –i segueixo l'ordre dels capítols– l'han compost Enrique Bustamante (introducció i coordinació), Alberto Fernández (arts escèniques), Rosina Gómez-Baeza i Jorge Gómez (arts visuals), Luis A. Albornoz (fonografia), Guiomar Alonso i Juan Alberto Moreno (editorial), José María Álvarez Monzoncillo i Javier López Villanueva (audiovisual), Enrique Morales (videojocs), George Yúdice (cultura als Estats Units), Trinidad García Leiva (cooperació), Juan Calvi (cultura i xarxes) i Patricia Corredor (opinió d'agents).

L'informe constata la riquesa i la potencialitat de la cultura espanyola, però també adverteix que es troba en una cruïlla que només es pot esquivar amb unes polítiques i unes estratègies adequades, d'aquí l'interès a recomanar actuacions en cada capítol. N'hi ha algunes de més precises que d'altres, com també algun solapament entre criteris, eixos estratègics, línies d'actuació i accions.

L'ICE 2011 té semblances i diferències metodològiques amb un llibre primerenc en aquest camp a Espanya (Bustamante i Zallo 1988) acabat el 1987 –fa 25 anys– i publicat el 1988.

Com aquell llibre, l'informe no és una típica suma d'articles sectorials, sinó que recorre a especialistes coneguts perquè, des

d'uns paràmetres compartits, ofereixin una panoràmica de cada sector. En tots dos s'hi estudien algunes indústries culturals (fonografia, audiovisual i editorial). En tots dos s'hi buscaven dades quantitatives –antigament inexistents i que es van haver de generar, i que en l'actualitat són tan abundants que cal separar la mena de la ganga– i, des de la seva interpretació, plantejar-ne reflexions qualitatives. En tots dos es combinen l'anàlisi d'estructura i de conjuntura, tan sols que a l'ICE 2011 el diagnòstic es concreta més a delimitar la faceta analògica i la digitalització en cada sector.

En tots dos hi ha preocupació per canviar les coses, per la qual cosa es plantegen alternatives de política cultural, però la manera de fer-ho ha estat diferent. El 1988 s'apuntaven a les conclusions i, a l'ICE 2011, amb bon criteri, s'inclouen a l'epíleg de cada capítol amb una anàlisi de les estratègies privades i de les polítiques públiques, amb un rosari interessant de propostes. Passa el mateix amb la concentració, tema de preocupació comú, però mentre el 1988 era l'eix central de les conclusions, a l'ICE 2011 és part de cada anàlisi.

A l'ICE 2011 no s'estudien els grans *media* (premsa, ràdio i televisió). Possiblement, perquè és un tema delicat, la Fundació –vinculada al PSOE– els va descartar “per les seves implicacions politicoinformatives”, una prevenció que (suposo!) haurà desaparegut en la nova etapa política. Tampoc no aborda el sector publicitari –a diferència d'aleshores– però, en canvi, sí que estudia algunes arts primigènies (visuals, escèniques i música en viu) absents en aquest llibre. Així mateix, analitza els videojocs, un subsector anteriorment incipient.

A l'ICE 2011 s'aborden també diversos temes transversals que reflecteixen les inquietuds pròpies del present: els llaços de les xarxes socials amb la cultura, la cultura hispana als Estats Units i la cooperació cultural exterior d'Espanya.

A diferència d'aquell llibre, no hi ha conclusions –es troben a faltar–, però sí que hi ha el resultat d'una enquesta a agents culturals (creadors, gestors i analistes) amb les seves diferents percepcions –més aviat ombrívols– sobre l'estat de la cultura i la política cultural a Espanya.

Una advertència. Les reflexions d'àmbit estatal acostumen a ser menys una suma de components que una radiografia *macro*, de manera que, en el cas espanyol, són imprescindibles les anàlisis de les cultures integrals diferents de la cultura d'Estat. En un altre cas, serien invisibles.

En contrast amb el rigor i la utilitat de l'ICE 2011, també s'ha publicat un altre llibre (Santos Redondo 2011), que és el setè estudi del projecte "Valor económico del español", patrocinat per la Fundación Telefónica, un estudi que encaixa amb el que critica Bustamante en la introducció de l'ICE 2011 (p. 17): la visió eurocèntrica (en aquest cas, hispanocèntrica) dels "estudis de l'espanyol", que consideren com a exclusiu el mercat de parla hispana i no com un recurs compartit amb pobles i països que també tenen els seus propis recursos a oferir i a compartir.

D'entrada, la mateixa denominació de l'estudi de Santos Redondo acaba per identificar l'espanyol i el castellà. Com que tan sols es comptabilitza el que s'edita en castellà, en queda exclosa tota la producció en gallec, en català i en euskera, una exclusió que farà engreixar les agraïdes files dels independentismes. Per deducció, o no serien part de la cultura espanyola, o serien meres derivacions (no integrals) de la cultura espanyola. Les dues alternatives són problemàtiques. En aquest enfocament, s'hi conjuguen tant nacionalisme espanyol com manca de destresa analítica, animada pels afanyos d'institucions empresarials i polítiques, amb vocació expansiva i neocolonial, pels territoris americans del castellà i d'altres llengües.

El llibre de Santos Redondo té serioses llacunes bibliogràfiques i una pobresa notable en l'aproximació entre economia i cultura. Metodològicament és insostenible, en apuntar, sense criteri, el mateix a les classificacions de PwC com a les de KEA (2006) o a les de les "indústries creatives", estirant el concepte d'indústria fins al patrimoni, les arts plàstiques o la informàtica. Entén la cultura com a part del macrosector de "cultura i oci" (incloent-hi les joguines, els parcs, els toros i els esports) en un popurri sense significació. Conté ponderacions de "l'espanyol" no explicades, amb una vocació comptable que renega dels avenços de 25 anys en aquest camp i dels paradigmes establerts sobre la funció de la cultura i la comunicació.

Tornant a l'ICE 2011, seria interessant que aquest anuari a escala espanyola s'edités almenys cada bienni, i s'intercalés amb un informe sobre la comunicació, àmbit en que, al seu dia, hi va haver anuals útils (en especial, els que coordinava B. Díaz-Nosty) i que avui només tenen continuïtat espacial en el consolidat anuari de l'InCom-UAB per a l'"espai català de comunicació". Una tasca pendent al País Basc, si més no.

Referències

ASIMELEC. *Informe 2010 del macrosector TIC en España*. Madrid: ASIMELEC, 2011. 156 p. <<http://www.asimelec.es/media/Ou1/File/informe%20TIC%202010.pdf>>

AEMETIC. *Informe de la Industria de los Contenidos Digitales 2010*. Madrid: AEMETIC, 2011. 207 p.

<http://www.cedro.org/docs/documentos/informe_contenidos_digitales2011.pdf>

BUSTAMANTE, E.; ZALLO, R. *Las industrias culturales en España. Grupos multimedia y transnacionales*. Madrid: Akal, 1988. 208 p. ISBN: 8476003404

COMISSIÓ DEL MERCAT DE LES TELECOMUNICACIONS. *Informe Anual. El mercado de las comunicaciones electrónicas en España 2010*. Barcelona: CMT, 2011.

<<http://informeanual.cmt.es>>

DÍAZ NOSTY B. (dir.) *Medios de comunicación/tendencias 2006*. Madrid: Fundación Telefónica, 2006. 474 p. ISBN: 8489884684

EGEDA. *Panorama audiovisual 2011*. Madrid: EGEDA 2012. 893 p. ISBN: 978-84-934573-9-6

FUNDACIÓN AUTOR. *Anuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales 2011. Resumen ejecutivo*. Madrid: SGAE-Fundación Autor, 2011.

<http://www.anuariosgae.com/anuario2011/r_ejecutivo.pdf>

FUNDACIÓN TELEFÓNICA. *La sociedad de la información en España 2011*. Madrid: Fundación Telefónica - Editorial Ariel 2012. 176 p. ISBN: 978-84-08-00383-0

<http://e-libros.fundacion.telefonica.com/sie11/aplicacion_sie.html>

INCOM-UAB. *Informe de la comunicación en Cataluña 2009-2010*. Barcelona: Institut de la Comunicació de la UAB. 408 p. ISSN: 2014-2773.

<http://incom.uab.cat/informe/e_content.asp?id_seccio=19>

KEA EUROPEAN AFFAIRS. *The Economy of Culture in Europe*. KEA en col·laboració amb Media Group (Finlàndia) i MKW GmbH (Alemanya). Document per a la Comissió Europea, DG d'Educació i Cultura, 2006.

MINISTERI DE CULTURA. *Anuario de estadísticas culturales 2011*. Madrid: SGT. Subdirecció General de Publicacions, Informació i Documentació, 2011. 337 p. ISSN: 2172-0401.

<<http://www.calameo.com/read/0000753352beb3dcf337a>>

ONTSI. *La sociedad en red 2010. Informe Anual (Edición 2011)*. Madrid: Observatori Nacional de Tecnologies de la Societat de la Informació, 2011. 252 p. ISSN: 1989-7324.

<<http://www.red.es/media/registrados/2011-07/1311937534349.pdf>>

PwC. *Global Entertainment and Media Outlook: 2011-2015*. Madrid: PricewaterhouseCoopers, juny de 2011. 109 p. ISBN: 978-1-931684-23-1

<<http://boletines.prisadigital.com/PwCOutlook2011-Industry%20overview.pdf>>