

Crítica de libros

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

POR RAMÓN ZALLO

Profesor de la Universidad del País Vasco - Euskal Herriko Unibertsitatea

ramon.zallo@ehu.es



Cultura de Estado en España o en español

La cultura en España se puede estudiar desde muchos ángulos y perspectivas, pero, para basar un diagnóstico sobre su estado de salud, es necesaria también una aproximación estructural que refleje equipamientos, financiación, estructuras y hábitos, pero también flujos y tendencias.

Esa aproximación, con acento económico, se puede realizar, desde sesgos (fascinación tecnologista, prioridad comercial, culturalismo...) y a interés de parte –ASIMELEC (2011), AEMETIC (2011), EGEDA (2012), SGAE (2011), Fundación Telefónica (2012), PwC (2011)–, o desde la legitimación de las políticas –ONTSI (2011), CMT (2011), Ministerio de Cultura (2012). También cabe el análisis desde la independencia y la actitud crítica, entendida la cultura desde su función social y su ámbito transversal de desarrollo democrático, integrador y de valores. Es el caso del ICE 2011.

El equipo investigador –y sigo el orden de los capítulos– lo han compuesto Enrique Bustamante (introducción y coordinación), Alberto Fernández (artes escénicas), Rosina Gómez-Baeza y Jorge Gómez (artes visuales), Luis A. Albornoz (fonografía), Guiomar Alonso y Juan Alberto Moreno (editorial), José María Álvarez Monzoncillo y Javier López Villanueva (audiovisual), Enrique Morales (videojuegos), George Yúdice (cultura en EE. UU.), Trinidad García Leiva (cooperación), Juan Calvi (cultura y redes) y Patricia Corredor (opinión de agentes).

El informe constata la riqueza y la potencialidad de la cultura española, pero también advierte de que se encuentra en una encrucijada que sólo unas políticas y estrategias adecuadas pueden sortear, de ahí su empeño en recomendar actuaciones en cada capítulo. Siendo unas más precisas que otras, hay algún solapamiento entre criterios, ejes estratégicos, líneas de actuación y acciones.

El ICE 2011 guarda semejanzas y diferencias metodológicas con un libro primerizo en este campo en España (Bustamante y Zallo 1988) acabado en 1987 –hace 25 años– y publicado en 1988.

Como aquel libro, el informe no es una suma de artículos sectoriales al uso, sino que recurre a conocidos especialistas para que, desde unos parámetros compartidos, ofrezcan una panorámica de cada sector. En ambos se estudian algunas industrias culturales (fonografía, audiovisual y editorial). En ambos se buscaban datos cuantitativos –año inexistentes y que hubo que generar, y en la actualidad tan abundantes que hay que separar la mena de la ganga– y, desde su interpretación, plantear reflexiones cualitativas. En ambos se combinan análisis de estructura y coyuntura, solo que en el ICE 2011 el diagnóstico se concreta más, al delimitar la faceta analógica y la digitalización en cada sector.

En ambos hay preocupación por cambiar las cosas, por lo que se plantean alternativas de política cultural, pero el modo de hacerlo ha sido distinto. En 1988 se apuntaban en las conclusiones, y en el ICE 2011, con buen criterio, se incluyen en el epílogo de cada capítulo con un análisis de las estrategias privadas y de las políticas públicas, con un interesante rosario de propuestas. Lo mismo ocurre con la concentración, tema de preocupación común, pero mientras en 1988 era el eje central de las conclusiones, en el ICE 2011 es parte de cada análisis.

En el ICE 2011 no se estudian los grandes *media* (prensa, radio y televisión). Posiblemente, por tratarse de un tema delicado, la Fundación –vinculada al PSOE– los descartó “por sus implicaciones político-informativas”, prevención ésta que (isupongo!) habrá desaparecido en la nueva etapa política. Tampoco aborda el sector publicitario –a diferencia de entonces– pero, en cambio, sí estudia algunas artes primigenias (visuales, escénicas y música en vivo) ausentes en ese libro. Asimismo, analiza los videojuegos, un subsector año solo incipiente.

En el ICE 2011 se abordan también varios temas transversales que reflejan las inquietudes propias del presente: los lazos de las redes sociales con la cultura, la cultura hispana en los Estados Unidos y la cooperación cultural exterior de España.

A diferencia de aquel libro, no hay conclusiones –se echan de menos–, pero sí el resultado de una encuesta a agentes culturales (creadores, gestores y analistas) con sus diferentes

percepciones –más bien sombrías– sobre el estado de la cultura y la política cultural en España.

Una advertencia. Las reflexiones de ámbito estatal suelen ser menos una suma de componentes que una radiografía *macro*, por lo que, en el caso español, son imprescindibles los análisis de las culturas integrales distintas a la cultura de Estado. En otro caso, quedarían invisibles.

En contraste con el rigor y utilidad del ICE 2011, también se ha publicado otro libro (Santos Redondo 2011), que es el séptimo estudio del proyecto “Valor económico del español”, patrocinado por la Fundación Telefónica, un estudio que encaja con lo que critica Bustamante en la introducción del ICE 2011 (p. 17): la visión eurocéntrica (en este caso, hispanocéntrica) de los “estudios del español”, que consideran como exclusivo el mercado de habla hispana y no como un recurso compartido con pueblos y países que también tienen sus propios recursos por ofrecer y compartir.

De entrada, la propia denominación del estudio de Santos Redondo termina por identificar lo español y lo castellano. Como solo se contabiliza lo editado en castellano, queda excluido todo lo producido en gallego, catalán y euskera, exclusión que hará engordar las agradecidas filas de los independentismos. Por deducción, o no serían parte de la cultura española, o serían meras derivaciones (no integrales) de la cultura española. Las dos alternativas son problemáticas. En ese enfoque se conjugan tanto un nacionalismo español como una torpeza analítica, animada por los afanes de instituciones empresariales y políticas, con vocación expansiva y neocolonial, por los territorios americanos del castellano y de otras lenguas.

El libro de Santos Redondo tiene serias lagunas bibliográficas y una notable pobreza en la aproximación entre economía y cultura. Metodológicamente es insostenible, al apuntarse, sin criterio, lo mismo a las clasificaciones de PwC como a las de KEA (2006) o a las de las “industrias creativas”, estirando el concepto de industria hasta el patrimonio, las artes plásticas o la informática. Entiende la cultura como parte del macrosector de “cultura y ocio” (incluidos los juguetes, los parques, los toros y los deportes) en un popurrí sin significación. Contiene ponderaciones “del español” no explicadas, con una vocación contable que reniega de los avances de 25 años en este campo y de los paradigmas establecidos sobre la función de la cultura y la comunicación.

Volviendo al ICE 2011, sería interesante que ese anuario a escala española se editara al menos cada bienio, y se intercilara con un informe sobre la comunicación, ámbito en el que, en su día, hubo anuarios útiles (en especial, los que coordinaba B. Díaz-Nosty) y que hoy solo tienen continuidad espacial en el consolidado anuario del InCom-UAB para el “espai català de comunicació”. Una tarea pendiente en el País Vasco, al menos.

Referencias

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_contenidosdigitales2011.pdf>

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

COMISIÓN DEL MERCADO DE LAS TELECOMUNICACIONES. *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 colaboración con Media Group (Finlandia) y MKW GmbH (Alemania). Documento para la Comisión Europea, DG de Educación y Cultura, 2006.

MINISTERIO DE CULTURA. *Anuario de estadísticas culturales 2011*. Madrid: SGT. Subdirección General de Publicaciones, Información y Documentación, 2011. 337 p. ISSN: 2172-0401.

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

ONTSI. *La sociedad en red 2010. Informe Anual (Edición 2011)*. Madrid: Observatorio Nacional de Tecnologías de la Sociedad de la Información, 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, junio de 2011. 109 p.
ISBN: 978-1-931684-23-1
<<http://boletines.prisadigital.com/PwCOutlook2011-Industry%20overview.pdf>>