

INFORME SOBRE LA CULTURA ESPAÑOLA

Y SU PROYECCIÓN GLOBAL [ICE-2001]

Coordinación:

Enrique Bustamante

Autores:

Albornoz, Luis A.
Alonso, Guiomar
Álvarez Monzoncillo, José María
Bustamante, Enrique
Calvi, Juan
Corredor Lanas, Patricia
Fernández León, Jorge
Fernández Torres, Alberto

García Leiva, Trinidad
Gómez-Baeza Tinturé, Rosina
López Villanueva, Javier
Morales Corral, Enrique
Moreno, Juan Alberto
Rueda, Fernando
Sartorius, Nicolás
Yúdice, George

Observatorio de Cultura y Comunicación

FUNDACIÓN ALTERNATIVAS

Marcial Pons

MADRID | BARCELONA | BUENOS AIRES

2011

ÍNDICE

	Pág.
CONSEJO ASESOR.....	9
EQUIPO DE INVESTIGACIÓN.....	10
PREFACIO.....	13
<i>Nicolás Sartorius / Fernando Rueda</i>	
INTRODUCCIÓN: LA CULTURA ESPAÑOLA, EN LA ENCRUCIJADA.....	15
<i>Enrique Bustamante</i>	
LAS ARTES ESCÉNICAS: UNA ESTRATEGIA MÁS ALLÁ DE LA RESISTENCIA...	29
<i>Alberto Fernández Torres</i>	
LAS ARTES VISUALES: UN SISTEMA SÓLIDO, PERO CON DEBILIDADES NOTABLES.....	49
<i>Rosina Gómez-Baeza Tinturé / Jorge Fernández León</i>	
MÚSICA E INDUSTRIA FONOGRAFICA: DOLOROSA TRANSICIÓN ENTRE MODELOS.....	67
<i>Luis A. Albornoz</i>	
EL SECTOR DEL LIBRO Y LA EDICIÓN: ENCRUCIJADA ECONÓMICA Y TECNOLÓGICA.....	89
<i>Guiomar Alonso / Juan Alberto Moreno</i>	
EL AUDIOVISUAL ESPAÑOL: NUEVAS OPORTUNIDADES EN EL EXTERIOR....	115
<i>José María Álvarez Monzoncillo / Javier López Villanueva</i>	
LOS VIDEOJUEGOS: APOSTAR POR LA CULTURA MULTIMEDIA.....	133
<i>Enrique Morales Corral</i>	
LA CULTURA HISPANA EN ESTADOS UNIDOS: GRANDES PROMESAS INCIPIENTES.....	153
<i>George Yúdice</i>	

ÍNDICE

	Pág.
LA COOPERACIÓN CULTURAL ESPAÑA-LATINOAMÉRICA: UN SALTO CUALITATIVO, EN PELIGRO POR LA CRISIS	173
<i>Trinidad García Leiva</i>	
CULTURA DIGITAL Y REDES SOCIALES EN IBEROAMÉRICA: LAS POTENCIALIDADES DE UN NUEVO MODELO CULTURAL	191
<i>Juan Calvi</i>	
ENCUESTA: OPINAN LOS AGENTES CULTURALES	205
<i>Patricia Corredor Lanas</i>	
APÉNDICE I.....	221
APÉNDICE II	225
SIGLARIO.....	229

CONSEJO ASESOR

Para la realización del Informe Anual de la Cultura española se constituyó un Consejo editorial, que cumple funciones de asesoramiento a la dirección del informe para la selección de contenidos y autores o investigadores. Asimismo, ha asesorado sobre la calidad de los borradores presentados, recomendando modificaciones y complementos en su caso. Y ha participado en la definición del cuestionario y en la selección de los agentes culturales encuestados.

Carmen Alborch, Senadora.

Basilio Baltasar, Director de la Fundación Santillana.

Enrique Bustamante, Catedrático de la Universidad Complutense.

Milagros del Corral, Asesora de organismos internacionales.

Jorge Fernández de León, Director de Programas. Fundación Municipal de Cultura de Gijón.

Francisco Galindo, Secretario General de la SGAE.

Emilio Lledó, Miembro de la Real Academia de la Lengua.

Alfons Martinell, Director de la Cátedra Unesco de la Universidad de Girona.

Pere Portabella, Presidente de la Fundación Alternativas.

Jesús Prieto de Pedro, Catedrático de la Universidad Carlos III.

Fernando Rueda, Coordinador del Observatorio de Cultura y Comunicación.

Nicolás Sartorius, Vicepresidente ejecutivo de la Fundación Alternativas.

Fernando Vicario, Director de Consultores Culturales.

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

Luis A. Albornoz

Profesor del Departamento de Periodismo y Comunicación Audiovisual de la Universidad Carlos III de Madrid, donde integra el grupo de investigación «Televisión-cine: memoria, representación e industria». Experto en políticas de comunicación y en las transformaciones de las industrias culturales. Entre 2008 y 2010 coordinó el Observatorio de Cultura y Comunicación de la Fundación Alternativas.

Guiomar Alonso

Antropóloga y experta en economía de la cultura, dirige proyectos de fortalecimiento de industrias culturales y creativas en países en desarrollo. Ha coordinado múltiples iniciativas internacionales de elaboración de indicadores (cultura y desarrollo, libro), metodologías de recogida de datos y medida de la diversidad. Es asimismo co-autora de numerosas publicaciones sobre reforzamiento de empresas culturales, políticas de apoyo a las industrias culturales y comercio internacional de bienes y servicios culturales.

José María Álvarez Monzoncillo

Catedrático de Comunicación Audiovisual en la Universidad Rey Juan Carlos. Es autor y coautor de 36 libros y más de una veintena de artículos en revistas científicas sobre temas relacionados con la economía de la comunicación, las industrias culturales y las nuevas tecnologías de la información. Entre sus últimas obras se pueden destacar *Presente y futuro de la televisión digital* (1999), *El futuro del ocio en el hogar* (2004) y *La televisión etiquetada* (2011).

Enrique Bustamante

Catedrático de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad Complutense. Autor, entre otras obras, de *Las industrias culturales en España* (coord. Gedisa, 2004), *Hacia un nuevo sistema mundial de comunicación* (Gedisa, 2003), *La radio-televisión en España* (Gedisa, 2006) e *Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital* (coord. Gedisa, 2011).

Juan Calvi

Profesor de Nuevas Tecnologías en la Sociedad de la Información (orientación Sociología de la Música e Internet) en la Universidad Rey Juan Carlos de Madrid. Ha publicado diversos textos sobre música, audiovisual e internet, participa en distintos proyectos de investigación iberoamericanos y europeos sobre estos temas, y es músico amateur de jazz.

Patricia Corredor Lanas

Doctora por la Universidad Complutense de Madrid y Profesora de Comunicación Audiovisual y Publicidad en la Universidad Rey Juan Carlos. Ha sido directora de contenidos de la edición digital del semanario de marketing y publicidad *Anuncios*. Codirectora del Máster en Comunicación, Marketing y Publicidad del instituto Europeo di Design. Coautora del libro *Las industrias culturales audiovisuales e internet* (2011).

EQUIPO DE INVESTIGACIÓN

Jorge Fernández León

Licenciado en Filología Inglesa, ha trabajado durante más de dos décadas en el desarrollo de proyectos estratégicos en el sector de la cultura. Conferenciante y profesor en instituciones españolas e internacionales, su última publicación es *Nuevos centros culturales para el siglo XXI en España: consenso y conflicto* (MAEC, 2011),

Alberto Fernández Torres

Economista y experto en comunicación. Profesor de teatro en los Másteres de Gestión Cultural de la Universidad Complutense y de la Universidad Carlos III de Madrid y miembro del Consejo de Redacción de ADE-Teatro. Ha sido vocal del Consejo de Teatro y asesor del Ministerio de Cultura. Coautor de una docena de libros sobre teatro y ponente habitual en congresos y seminarios del sector de las artes escénicas.

M.ª Trinidad García Leiva

Doctora por la Universidad Complutense de Madrid y profesora en la Universidad Carlos III de Madrid, donde forma parte del grupo TECMERIN. Autora de *La cooperación en cultura y comunicación desde y en el Reino Unido* (2010), ha participado de la investigación colectiva *Estado y prospectiva de la cooperación española con Iberoamérica en cultura-comunicación, 1997-2007* (2009).

Rosina Gómez-Baeza Tinturé

Directora fundadora de LABoral, Centro de Arte y Creación Industrial en Gijón, Asturias (2007-septiembre 2011), directora fundadora de la 1.ª Bienal de Arte, Arquitectura y Paisaje de las Islas Canarias (2006), presidenta del Instituto de Arte Contemporáneo (2005-2008) y directora de Arco entre 1986 y 2006.

Javier López Villanueva

Profesor en la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Rey Juan Carlos y secretario ejecutivo del Máster en Periodismo de Televisión RTVE-URJC. Ha sido coautor, entre otros, del Informe Anual de la Academia del Cine sobre el cine español, y de los libros *La industria cinematográfica en España* (1993), *Alternativas de política cultural* (2007), *El audiovisual digital* (2009) y *La televisión etiquetada* (2011).

Enrique Morales Corral

Personal Investigador en el Departamento Sociología IV. Grupo de Investigación MDCS-UCM. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Complutense de Madrid-UCM.

Juan Alberto Moreno

Lingüista y experto en el desarrollo de aplicaciones de gestión y control de redes de telecomunicación. Licenciado en Filología Clásica, ha trabajado en cuestiones de innovación, transformación y adopción de nuevas tecnologías. Dirige actualmente la estrategia de infraestructura informática de Alcatel-Lucent en París.

George Yúdice

Doctor en Lenguas Románicas por Princeton University. Profesor titular del Departamento de Lenguas y Literaturas Modernas del Centro de Estudios Latinoamericanos, y director del Miami Observatory on Communication and Creative Industries, de la Universidad de Miami (EEUU). Autor, entre otras obras, de *Política cultural* (Gedisa, 2004), *El recurso de la cultura: Usos de la cultura en la era global* (Gedisa, 2003), *Nuevas tecnologías, música y experiencia* (Gedisa, 2007), y *Culturas emergentes en el mundo hispano de Estados Unidos* (Madrid: Fundación Alternativas, 2009).

PREFACIO

Nicolás Sartorius
Fernando Rueda

Presentamos el primer *Informe sobre el estado de la cultura española y su proyección global*. El documento indaga en los fenómenos culturales emergentes y en los procesos de cambios profundos, que tienen causa en la explosión de la tecnología en un entorno digital, con el propósito de conocer cómo están afectando estos cambios a los distintos sectores culturales.

El equipo del Observatorio de Cultura y Comunicación de la Fundación ha realizado un análisis actual y crítico de nuestra cultura: hacemos un recorrido sobre las transformaciones actuales y las problemáticas transversales en los mercados del libro, del audiovisual, de las artes visuales y escénicas, de la música y de los videojuegos. También, dedicamos atención especial a los procesos creadores y a los consumos en un momento de grandes cambios en los soportes, en los contenidos y en las redes digitales. Dedicamos dos capítulos específicos a la cultura en español, con información actualizada sobre las relaciones de nuestra cultura con los espacios culturales afines, como es el mundo hispano en Estados Unidos y nuestra cooperación cultural con los países de América Latina.

En la línea de otros informes de la Fundación, como el *Informe sobre la democracia*, o el *Informe sobre el estado de la Unión Europea*, esta primera edición dedicada a la cultura española (ICE) incluye una auditoría, en la que una centena de agentes directamente implicados en los procesos culturales, como son los creadores, los gestores públicos y privados y los analistas y críticos, han valorado el estado de nuestra cultura, tomando en consideración cada uno de sus sectores, la cadena de valor de los mismos —creación, producción, distribución y consumo— y los apoyos y las políticas públicas para su potencial desarrollo y transforma-

PREFACIO

ción. Los resultados de la misma —un aprobado raspado— nos incitan a repensar determinados procesos, pero también a poner en valor el potencial de nuestra cultura contemporánea y su ubicación en el mundo.

En definitiva, hemos pretendido proporcionar una visión crítica y propositiva sobre la cultura contemporánea y sus cambios, como base esencial para la reformulación de políticas públicas y estrategias privadas, así como para su coordinación activa en la proyección exterior y en la cooperación cultural horizontal con las sociedades que nos son más próximas.

El Informe tiene como finalidad proporcionar a los actores políticos, sociales y económicos, un instrumento de análisis y propuestas que sean útiles con el objeto de mejorar nuestra cultura y su proyección exterior. En la sociedad global del conocimiento, de las nuevas tecnologías de la comunicación, el campo de la cultura —sus creadores y sus industrias— son y serán cada vez más determinantes. El futuro será, sin duda, de los que sean capaces de proyectar con más calidad y fuerza su cultura y conocimientos. En nuestro caso contamos con un instrumento impagable de proyección mundial: la lengua española, entre las tres más habladas y escritas del mundo. Pero no es suficiente tener una lengua universal para estar a la vanguardia de la cultura y el conocimiento. Hay que crear, desde lo público y lo privado, las condiciones óptimas para que se despliegue con potencia la capacidad creadora e innovadora de la cultura en lengua española. Esperamos que este informe contribuya a ello.

El informe está dirigido por Enrique Bustamante, catedrático de Comunicación Audiovisual en la Universidad Complutense y autor o coordinador de múltiples publicaciones sobre las industrias culturales y su situación en la era digital, varias de ellas publicadas por la Fundación Alternativas y el Observatorio de Cultura y Comunicación. Le agradecemos su empeño y dedicación, y también al cuerpo de investigación por su labor de síntesis, análisis y propuesta. El Consejo Asesor merece un especial reconocimiento, cuyas orientaciones han sido determinantes para llevar a buen puerto este proyecto.

INTRODUCCIÓN: LA CULTURA ESPAÑOLA, EN LA ENCRUCIJADA

Enrique Bustamante

El Informe sobre la cultura española y su proyección global (ICE) tiene un carácter singular que le hace único: analizar y evaluar nuestra cultura desde el prisma preferente de la diversidad, es decir, como eje esencial de la democracia y, al mismo tiempo, como gran recurso para nuestro crecimiento económico. Esta visión de la cultura en tanto resorte indispensable de un desarrollo integral incluye necesariamente el análisis de la proyección de nuestra cultura en el mundo, de sus relaciones e intercambios, de su cooperación intercultural. La conclusión de todos los informes, sectoriales y transversales, es claramente un aval a la notable riqueza y potencialidad de la cultura española. Pero también resulta una advertencia común: nuestra cultura está en una encrucijada en la que sólo políticas y estrategias decididas y adecuadas podrán orientarla hacia el futuro.

SUMARIO: I. OBJETIVOS SINGULARES: LA DIVERSIDAD.—II. EL JUSTO VALOR DE LA CULTURA.—III. OPCIONES BÁSICAS SOBRE LA CULTURA ESPAÑOLA.—IV. POLÍTICAS PÚBLICAS: INTELIGENCIA Y VOLUNTAD EN TIEMPOS DE CRISIS.—V. PROYECCIÓN GLOBAL Y COOPERACIÓN SELECTIVA.—VI. LA CONCIENCIA DE LOS AGENTES SOCIALES.

I. OBJETIVOS SINGULARES: LA DIVERSIDAD

El presente Informe sobre el estado de la cultura española y de su proyección en el mundo nace como fruto de una prolongada labor de análisis y debate de la Fundación Alternativas sobre el mundo de la cultura y de su peso en las relaciones internacionales.

El Observatorio de la Cultura y la Comunicación (OCC) significó la consolidación de esa línea de investigaciones y actividades. Tras una década de estudios e informes, de conferencias y seminarios, se consideró que era necesario culminar esta reflexión en un Informe anual que sistematizara el balance de la situación cultural de nuestro país y que avanzara propuestas de actuaciones para el

futuro. Y se constituyó para ello un equipo de expertos, de bien acreditada trayectoria en la investigación de los diferentes sectores: académicos, pero también profesionales caracterizados por su atención a la cultura y por su visión crítica. Un Consejo asesor, compuesto de personalidades notorias en el campo cultural, asesoró en la selección de temas y autores, y revisó los manuscritos.

La decisión de realizar el Informe vino precedida de una revisión sistemática de las estadísticas y anuarios presentes en España o Iberoamérica en los últimos diez años sobre la cultura, pero también sobre sus ámbitos conexos, como la comunicación o la sociedad de la información. Se vio así que, felizmente, la clamorosa ausencia de datos que rodeaba tradicionalmente a este campo había sido sustituida en una década por un cierto esplendor de fuentes y análisis. Sin embargo, se constataron ciertos sesgos que dificultaban e incluso impedían en muchas ocasiones una visión integral e independiente de la cultura.

Las fuentes estadísticas se reparten de esta forma por procedencias oficiales o privadas, en función de la mayor o menor legitimidad social de cada actividad, casi siempre con lagunas clamorosas, tanto metodológicas como de datos. Los informes se escoran por sectores o por perspectivas, según ópticas predominantes que se orientan hacia las facturaciones culturales, los medios de comunicación, el *copyright* o los avances de la sociedad de la información. En general, la visión prioritaria es económica y de mercado, con sesgos frecuentes de intereses para los estudios procedentes de asociaciones patronales, de grupos empresariales radicados en la cultura, la comunicación o las telecomunicaciones e incluso de *lobbies* indisimulados; unas perspectivas comprensibles pero que distorsionan necesariamente sus estudios y sus resultados. El *Informe sobre el estado de la cultura española* ha sido así concebido con

una óptica prioritaria específica y distintiva, la de la diversidad o, dicho de otra forma, la cara democrática de la cultura, su carácter insoslayable como fuente hegemónica de los valores libres, múltiples y compartidos de nuestra sociedad, como base directa de la igualdad y la participación democrática, como plataforma ineludible de la redistribución social. Por citar un documento trascendental del avance de los derechos humanos, la diversidad se refiere «a la multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedades», un «patrimonio común de la humanidad», un «elemento estratégico de las políticas de desarrollo nacional e internacional» (Convención sobre la promoción y protección de la diversidad de las expresiones culturales, Unesco, 20 de octubre de 2005). Su complemento añadido es la independencia de que goza el OCC de la Fundación Alternativas, sin ningún tipo de interés económico en estos sectores, más allá de su vocación como centro intelectual de pensamiento progresista para nuestra sociedad.

La diversidad y la independencia han sido siempre los ejes centrales de los trabajos organizados por la Fundación Alternativas sobre la cultura. Primero, a través de su Laboratorio, que desde el año 2000 encargó y editó una docena de informes sobre los sectores culturales más destacados y las problemáticas emergentes en el ámbito cultural. También a través de sus libros editados sobre las industrias culturales en la era digital (2002-2004) o de su colección «Alternativas», dedicada también a los medios digitales y a las políticas públicas (Gedisa, 2007-2008). Desde su creación en 2008 y hasta hoy, las múltiples actividades, informes, seminarios y congresos desarrollados por el Observatorio de la Cultura y Comunicación (OCC) de la Fundación han priorizado esa óptica en los campos y fenómenos culturales más diversos.

Como muestra esta larga trayectoria de la Fundación Alternativas, tal prioridad por la diversidad no está reñida, sino todo lo contrario, con su articulación y equilibrio con una perspectiva económica que reconoce a la cultura, a la cultura española en particular, como uno de los activos fundamentales de nuestra economía para el crecimiento y el empleo, una función que la crisis económica y su consiguiente cuestionamiento de los modelos productivos anteriores ha puesto mucho más de manifiesto; la cultura se revela así como un motor central de esa «economía del conocimiento» que se eleva contra las burbujas especulativas y las frustraciones del pasado. Pero además, y en último caso, la diversidad de creaciones simbólicas y su consecuente pluralismo ideológico —de formas de ver la vida social— expresado por ellas, sólo puede ser firme si se asienta en una economía sostenible. Lo cual no implica en absoluto identificar esa sostenibilidad con la lógica pura y dura, a corto plazo, del mercado.

Nuestra idea de esa conjunción armónica entre democracia y economía requiere por eso algunas precisiones en medio de un ambiente paradójico que, muchas veces, mientras agiganta las dimensiones de la cultura, tiende a anularla en sus valores sociales y democráticos. Porque en los últimos años se han multiplicado los intentos de cuantificar a la cultura española por su facturación, su peso en la renta nacional o en el PIB, o su generación del empleo, en un empeño generalmente elogiado si no llevara consigo en ocasiones fronteras movilizadas y confusiones peligrosas.

II. EL JUSTO VALOR DE LA CULTURA

La fuente oficial más destacable reside en las estadísticas oficiales del Ministerio de Cultura, que, por ejemplo, en su sexta edi-

ción de 2010, evalúa a la cultura española en 2008 en 31.094 ME, un 2,9 por 100 del PIB; y calcula su empleo en 544.000 puestos de trabajo (un 2,9 por 100 del total). Sin embargo, esas mismas «cuentas satélite» de cultura incluyen conceptos discutibles como las actividades auxiliares de reproducción, las educativas o el «turismo cultural», y añaden separadamente la categoría paralela de las actividades vinculadas con la propiedad intelectual, elevando su monto a 37.674 ME, o un 3,7 por 100 del PIB.

Aunque esta propiedad intelectual hace tiempo que ha desbordado los límites de la cultura para invadir otros muchos campos económicos, tal desglose nos permite al menos una cierta seguridad en la fijación contable de la cultura española. Una cualidad que no es atribuible a otros muchos estudios realizados en los últimos años, siempre con la intención presumible de engrandecer la impresión del peso económico de nuestra cultura. De esta forma, pueden citarse los diversos estudios sobre la economía de «la cultura y el ocio», que incluyen en este último apartado a las actividades deportivas y taurinas, los parques recreativos, las ferias y salones, las loterías y apuestas..., diluyendo la cultura en un magma de actividades lucrativas. También han proliferado los estudios del español, o de las industrias culturales en español, que intentan evaluar toda la economía de nuestra lengua, incluyendo a veces sectores tan sorprendentes desde el punto de vista estricto de la cultura como los juguetes o el turismo idiomático o la informática. Implícitamente, se desliza una visión eurocéntrica en la que el español aparece como un mercado exclusivo para nosotros, sus «inventores», y no un recurso compartido felizmente por múltiples pueblos y países, justamente lo que aporta su alto valor. La confusión sistemática entre cultura e industrias creativas ampara cada vez más estas mezclas injustificables que en la práctica confunden

a la cultura con la economía entera, borrando completamente sus señas de identidad y su función democrática.

Finalmente, cabe destacar las múltiples evaluaciones de los «contenidos digitales» españoles, presentes en informes recientes sobre la sociedad de la información, algunos de los cuales elevan su peso económico a cifras astronómicas, sin separar generalmente la cultura en las redes de otros múltiples servicios digitales e incluso del *software* informático y las bases de datos. Aquí, la cultura se convierte en un mero recurso promocional para el desarrollo de las telecomunicaciones o la informática, privada de toda perspectiva social diferenciadora y de cualquier singularidad incluso en su comportamiento económico, ofrecido por tanto para una regulación indiferenciada y basada en el negocio.

No creemos que estas exageraciones vengan realmente en apoyo de la cultura, ni siquiera de su consolidación industrial y económica. Porque al adicionar actividades cambiantes, impiden homogeneizar esos parámetros a escala nacional e internacional, generando estadísticas inútiles para guiar las políticas públicas y las estrategias privadas. Y al fijarse sólo en su importancia económica tienden a generar lógicas que priman a los triunfadores más fuertes (estrellas, grupos multimedia y multinacionales), penalizando no sólo a las Pymes, sino también a la innovación creativa y a la diversidad de los usuarios.

Tales discursos aparentemente mitificadores de la cultura resultan compatibles paradójicamente con todas las demagogias imaginables en una época de crisis económica, pero también de valores sociales. Así, economistas y políticos —de todo el arco ideológico— compaginan tranquilamente su canto a la cultura y la sociedad de la información con la crítica a todo apoyo a las actividades culturales, aunque comprendan

habitualmente las subvenciones y desgravaciones a muchos sectores puros de mercado. De la misma forma, hemos asistido en los últimos tiempos a auténticas campañas interesadas que predicaban la jibarización de RTVE o la supresión de las televisiones autonómicas, no para reivindicar sus misiones de servicio público, sino como curioso símbolo populista del «despilfarro» del gasto público. Se ignoraba así sobre todo el papel insustituible que esas cadenas juegan en el sostenimiento de la mayor parte de la producción audiovisual española, largometrajes inclusive, y de la promoción de la creación independiente en todas las declinaciones de la cultura, incluyendo sus promesas como plataforma vital para la transición y acceso de la cultura digital. Y se ocultaba que sus «gastos» representaban una minúscula parte de los presupuestos autonómicos y, seguramente, una de los más rentables en términos multiplicadores de la economía y el empleo. Mientras que, curiosamente, se pasaban por alto las cantidades millonarias gastadas por todos los niveles del Estado en una publicidad institucional homologada a la propaganda y repartida discrecionalmente, o las abundantes e incontroladas ayudas autonómicas a los medios privados distribuidas habitualmente con criterios clientelares.

Nuestro objetivo no es por ello ciertamente el de competir con esos estudios cuantitativos, sobre la convicción de que agigantar la importancia de la cultura no nos permitirá aquilatar mejor ni sus consecuencias sociales ni siquiera el nivel de sus políticas económicas. Pero esa pléyade de aglomeraciones móviles de la cultura o de sus aledaños nos exige definir claramente el perímetro de nuestro Informe.

Nos basamos para ello esencialmente sobre los planteamientos del informe *The Economy of Culture* de la Unión Europea (KEA y Dirección General de Educación y Cultura, 2006), que soslayando los abusos cometidos

por otras instancias internacionales, se preocupa en distinguir claramente entre el sector cultural, «productor de bienes y servicios no reproducibles orientados a ser “consumidos sobre el terreno”, el sector de las industrias culturales, “productor de bienes culturales orientados a una reproducción masiva, una diseminación masiva y la exportación” “enteramente culturales”, sin funciones secundarias utilitarias»; y, finalmente, el sector creativo, «en donde la cultura se convierte en un *input* creativo en la producción de bienes no culturales». Gráficamente, esta tipología es representada en el informe citado como un juego de tres círculos concéntricos: en el primero estarían las *arts field* (pintura, escultura, diseño, fotografía, mercado de arte y antigüedades), y las *performings arts* (opera, teatro, danza, circo), así como el patrimonio, las bibliotecas y los archivos. En el segundo se engloban el libro, el film, el disco, la radio, la televisión, la prensa..., tanto en analógico como sus declinaciones digitales, y las nuevas actividades emblemáticas del mundo digital como los videojuegos o el multimedia, manteniendo la unidad integral entre cultura editorial y de flujo (radio-televisión). Finalmente, en el tercer círculo se incluyen solamente la publicidad —especialmente en sus valores creativos— y el diseño, como «*borders line sectors*», aunque se reconoce la dificultad de su medición y análisis.

III. OPCIONES BÁSICAS SOBRE LA CULTURA ESPAÑOLA

Consecuentes con esas fronteras imprescindibles, en esta primera edición del ICE nos hemos preocupado por analizar, primero, el mundo de la cultura clásica, caracterizada por el original único, como las artes escénicas o las artes plásticas o visuales, que siguen constituyendo una parte esencial de nuestra cultura y que vivifican a todas las demás. Unos procesos que no pueden con-

fundirse con los de las industrias culturales, si no es retorciendo insoportablemente el significado «industrial» (estandarización, reproducción masiva) y suplantando la importancia indudable de estos sectores o de sus condensaciones (museos, galerías, auditorios...) por la supuesta grandilocuencia de la «industria». Se puede concordar así en que el Museo del Prado es el «buque insignia» de nuestra cultura, pero eso no significa, como algunos han avanzado, calificarlo de «gran industria cultural».

Hemos elegido asimismo el estudio de los grandes sectores de mayor peso social y económico de las industrias culturales españolas: la industria fonográfica, la audiovisual, la de edición de libros, que componen buena parte de nuestra riqueza cultural. Los grandes medios de comunicación masivos, la prensa, la radio y la televisión, que entran sin duda alguna en este grupo, han sido obviados como objeto directo en este primer ICE para descartar sus implicaciones político-informativas, pero reaparecen inevitablemente en muchos de los sectores analizados en tanto espacios centrales de creación y de promoción de toda la cultura. Como emblemático laboratorio de los lenguajes, productos y usos del futuro digital, hemos elegido a los videojuegos, que suponen ya un enorme mercado global y una potente vía de transmisión de valores. Y en tanto espacio ya potente que está cambiando los usos sociales de millones de usuarios, hemos prestado atención especial a las redes sociales en sus lazos con la cultura, que más allá de toda mitología al uso, están transformando asimismo por extensión las formas de creación y producción cultural.

Finalmente, y en esta selección de prioridades obligadamente parcial pero plenamente justificada, debemos destacar nuestra opción por dos campos transversales del conjunto de la cultura: El análisis detallado de la cultura hispana en los Estados Unidos en

todas sus actividades adquiere una trascendencia especial para el presente y el futuro que la sitúa en paralelo directo con el mercado español y con el mexicano, los otros dos grandes espacios nacionales de la cultura en español. Objeto hace dos años de un importante informe del OCC y de dos relevantes seminarios recientes en colaboración con la Fundación Santillana, la producción y el consumo de cultura hispana en los Estados Unidos revelan todas las complejidades empresariales, idiomáticas y de consumo que nos esperan en las próximas décadas.

El otro gran campo de nuestro estudio es el de la cooperación cultural exterior de España, un terreno que se combina necesariamente con nuestro comercio cultural internacional, pero que adquiere tintes claramente diferenciales en la perspectiva de una acción bilateral y multilateral, capaz de establecer sólidos vínculos de colaboración con las culturas de nuestro entorno, en especial obligadamente con aquellas a las que nos unen vínculos más estrechos idiomáticos y culturales. El apoyo a culturas ajenas más débiles, el avance en los caminos de la coproducción, pero también de la codistribución o la copromoción, es al mismo tiempo la expresión de la solidaridad con el otro y del beneficio de la propia diversidad que sólo puede ser intercultural, sin dejar a medio plazo de sembrar semillas para nuestra proyección global.

Una vez definidos nuestros límites conceptuales de la cultura española y nuestros objetos de análisis prioritarios para este primer ICE, conviene explicitar nuestros objetivos esenciales. Aunque la cuantificación no sea nuestra finalidad principal, las cifras de mercado de cada sector y su evolución permiten una evaluación relativa entre actividades y un dictamen del impacto de la crisis sobre ellas. En ese marco, nuestra finalidad esencial es una visión micro y detallada de cada sector, capaz de dar cuenta de nuestras

fortalezas y debilidades, del reparto de funciones y fuerzas entre los agentes de cada sector, de las potencialidades y lagunas que les caracterizan.

La ecología de la cultura, los equilibrios mutuos entre creadores, productores, distribuidores, comercializadores y ciudadanos ha sido históricamente vital para mantener la diversidad. Pero la expansión de los soportes y las redes digitales ha puesto en cuestión esa armonía, ya desgastada por la concentración mundial y la cultura clónica de las multinacionales, aportando múltiples promesas pluralistas y unos cuantos interrogantes a veces dramáticos de viabilidad financiera en una época de transición inestable entre el mundo analógico y la futura era digital plena. De ahí que hayamos pedido a todos los investigadores un doble diagnóstico que abarca al mundo analógico, pero también los cambios digitales en curso y sus escenarios previsibles de futuro. Con mucho mayor impacto que la crisis económica, aunque a veces se confunda con ella en su coincidencia temporal, la transformación digital está apelando a nuevos modelos de producción, negocio y consumo, que traen consigo ciertamente una inestabilidad de la remuneración de los creadores, pero también nuevas esperanzas de un derecho universal de acceso a la cultura y a la diversidad que el mundo analógico había hecho muy difícil.

IV. POLÍTICAS PÚBLICAS: INTELIGENCIA Y VOLUNTAD EN TIEMPOS DE CRISIS

Sobre la base de ese diagnóstico, de esa fotografía profundizada del estado de la cultura española, hemos pedido a nuestro equipo de investigación una atención especial al análisis de las políticas públicas desarrolladas en la cultura española en los últimos años.