Las industrias culturales en Español aportan casi el 3 por ciento del PIB en España

POR **ROSA MARÍA SÁINZ PEÑA**

Economía de las industrias culturales en español
Manuel Santos Redondo (Coordinador)
Colección Fundación Telefónica/Ariel
Barcelona, 2011, 280 p.
ISBN: 978-84-08-10259-5

Este libro es el último título publicado en la Colección Fundación Telefónica/Ariel y se enmarca dentro del proyecto que sobre *El Valor Económico del español: una empresa multinacional*, está llevando a cabo Fundación Telefónica desde hace cinco años.

El libro, coordinado por el profesor Manuel Santos Redondo de la Universidad Complutense de Madrid, trata sobre los aspectos económicos de las industrias culturales en español y está dividido en tres partes claramente diferenciadas.

La primera de ellas trata sobre La cultura como parte de la economía; la segunda parte aborda Las industrias culturales, por sectores, y en la tercera se analiza El español, un valioso activo para las industrias culturales y también se recogen las conclusiones principales del trabajo, así como algunas recomendaciones de política, dando posibles líneas de actuación en las industrias culturales en español.

El informe comienza con una introducción histórica en la que se dan las claves para entender la transformación que se ha ido gestando desde la producción artesana de la cultura a la era del consumo masivo de cine, teatro, música, libros, radio y televisión. Este recorrido acaba en la actualidad, donde ya se define y delimita el sector y se analiza y estudia el funcionamiento de cada una de las 'industrias culturales y creativas', en el conjunto de la economía española, para

CC BY NC ND

lo que se realiza un análisis económico del peso que tiene el español en cada una de las áreas culturales y de entretenimiento.

El español como motor de desarrollo de nuestra cultura

El español como lengua global aparece como un importante motor del desarrollo de nuestra cultura, puesto que el idioma español conforma una región geolingüística en la que se intercambian productos creados y difundidos en español, lo que supone una gran oferta de talento creativo y de desarrollo profesional. Los autores del estudio consideran que la internacionalización de las industrias culturales españolas se debe a que exportan sus contenidos, generalmente traducidos, a países de otras lenguas.

En el mercado mundial de las industrias del entretenimiento y medios de comunicación, América Latina representa el 4,5 por ciento y es la región del mundo con mayores perspectivas de crecimiento para 2010-2014 (8,8 por ciento), más del doble de Estados Unidos y Canadá (3,9 por ciento). En cuanto a las industrias culturales en español originadas en España, tienen un valor económico de 30.203 millones de euros, lo que supone casi un 3 por ciento del PIB español. El español en las industrias culturales, no solo genera valor económico como uno de los activos más importantes en la creación y difusión de los bienes y servicios culturales, sino que su posición en el mundo como lengua global contribuye a que ese valor económico sea más importante en términos culturales. Resulta relevante destacar que la música latina gana presencia en el sector musical en los países hispanohablantes, pero sobre todo en Estados Unidos.

El libro concluye afirmando que la cultura en español tiene ahora una audiencia global, contando con Internet como un importante factor de extensión que rompe fronteras, con lo que las industrias culturales españolas viven un proceso de internacionalización. A este proceso contribuye de forma importante la creciente difusión del idioma español.

Potenciar la industria audiovisual española, impulsar la creación y difusión de contenidos en español, así como facilitar el acceso del público a las nuevas tecnologías son objetivos aparentemente pertenecientes al mismo campo genérico de las industrias culturales y creativas, pero que en realidad se refieren a partes que están claramente diferenciadas, por ello los autores del informe recomiendan que se haga esa diferenciación explícita en función de sus contenidos al abordar estudios sobre industrias culturales.

Fundación Telefónica
Telefónica