

La industria de la cultura y el ocio: sector estratégico en la economía española

EDUARDO BAUTISTA GARCÍA

Abstract

Aquí se presentan los resultados de un estudio realizado en España en el que se demuestra con cifras la contribución que hace el sector de la cultura y el ocio a la economía.¹

El sociólogo Mario Gaviria, en su obra *La séptima potencia*, describe una aproximación a la España contemporánea y sobre todo la de los últimos 30 años desde un enfoque distinto y novedoso. Su análisis de las estadísticas y de los datos objetivos publicados por las distintas autoridades y agencias mundiales le permiten asegurar y demostrar argumentalmente que España, lejos de ser el país castigado sistemáticamente por su pasado imperial e irrecuperable, es la séptima potencia mundial y que los niveles de organización, integración social, participación ciudadana y distribución de la riqueza son los mejores a lo largo de toda su historia.

No es mi objetivo abundar o cuestionar esta tesis, por otro lado bien documentada en su trabajo, sino partir de un enfoque donde quepa el optimismo y los grandes proyectos de futuro, a partir de que reconozcamos que hay espacio para el desarrollo de un programa ambicioso y bien planificado, al mismo tiempo que nos permita jugar junto a los países de nuestra huella cultural común un papel protagonista en el *Milenio Digital*, siempre y cuando identifiquemos correctamente las acciones y estrategias prioritarias, valorando así el

principal activo que hoy en día nos asiste y que no es otro que el ingente *Capital Intelectual* de nuestros pueblos.

El profesor Gaviria antepone el paradigma de la *espiral virtuosa* contra el estigma del *círculo vicioso* para interpretar adecuadamente el futuro de España como país y para marcar un tono nuevo de aproximación al análisis de su realidad social, política, cultural y científica.

La España que nos interesa, es la que se refleja en algunas cifras que a continuación se presentan y que se refieren al impacto en el producto interior bruto (PIB) de las *industrias del ocio y del entretenimiento*, elaboradas por un equipo de la Facultad de Económicas de la Universidad Autónoma de Madrid, por encargo de la Fundación Autor de la Sociedad General de Autores y Editores².

Estos datos permiten avanzar una hipótesis de trabajo en una dirección bien definida. Las *industrias de la cultura* en España son un activo importante, son un sector estratégico que hay que potenciar sabiendo que su rentabilidad -no sólo económica, sino social y cultural- puede producir resultados espectaculares.

Contribución al PIB

La contribución de la Industria de la Cultura y el Ocio al Producto Interior Bruto de la economía presenta una evolución creciente en el período analizado. En 1997 esta contribución al PIBpm

1 **Presidente del Consejo de Dirección de la Sociedad General de Autores y Editores.** Resumen de la ponencia presentada en el Seminario Internacional *Economía y Cultura*. Convenio Andrés Bello, Ministerio de Cultura de Colombia y Banco de la República. Bogotá, Mayo de 2000.

2 **García Gracia, M^a Isabel y otros.** *La Industria de la Cultura y el Ocio en España. Su aportación al PIB.* Fundación Autor. Madrid. 2000.

asciende al 4,5% (en ptas. constantes), respecto al 3,1% correspondiente a 1992.

El valor añadido bruto generado por la Industria de la Cultura y el Ocio en España alcanza en 1997 más de tres billones de Ptas. corrientes, en concreto 3.281.950 millones de Ptas (1.971.712 millones en términos constantes). Este valor añadido bruto se debe fundamentalmente a la iniciativa privada que supera, sin lugar a dudas, a la pública. Concretamente, la participación del Sector Privado sobre el valor añadido bruto total de la Industria alcanza un 92% frente al 8% del Sector Público.

Dentro del ámbito Privado, para el año 1997, las actividades directas relacionadas fundamentalmente con los procesos generadores de derechos de propiedad intelectual alcanzan el 27% del VABpm generado por este sector, aquellas indirectas relacionadas con el uso y distribución de estos bienes y servicios representan el 63,3% y por último, aquellas indirectas relacionadas con la fabricación de los medios físicos necesarios para la materialización de las actividades culturales y de ocio suponen el 9,7%. Respecto al VABpm generado por el Sector Público, los dos sectores institucionales que lo constituyen presentan una participaciones respectivas que suponen el 16% para la Administración Central y un 84% para la Administración Territorial.

Nivel de empleo

El nivel de empleo generado por esta Industria se cifra en 1997 en 758.510 asalariados, de los cuales 702.156 se encuentran empleados en el Sector privado y 56.354 en el Sector Público. La evolución de esta variable ha sido positiva experimentando un crecimiento desde 1992 hasta 1997 del 34,8%, muy superior al experimentado por el

número de asalariados de la economía que aumentó un 6,9% en el mismo período.

Ventas

Las ventas realizadas por el Sector Privado en 1997, superan los 9 billones de ptas. corrientes (5,5 billones en términos constantes.), experimentando un crecimiento del 83,1% en pesetas corrientes (55,3% en ptas. constantes) desde 1992 a 1997. En relación a la estructura de participación de las ventas por tipos de actividades, presenta porcentajes similares a la del VABpm generado por el sector destacando la primacía de las actividades indirectas relacionadas con el uso y distribución.

La contribución de la Industria de la Cultura y el Ocio al Producto Interior Bruto de la economía presenta una evolución creciente en el período analizado. En 1997 esta contribución al PIBpm asciende al 4,5% (en ptas. constantes), respecto al 3,1% correspondiente a 1992.

Número de empresas

En lo que se refiere al número de empresas, éstas han experimentado un crecimiento próximo al 38%: desde 67.166 empresas en 1992 hasta las 92.642 presentes en 1997. A diferencia de las macromagnitudes previamente consideradas, VABpm y Ventas, la evolución de las participaciones por tipos de actividades muestran un crecimiento significativo de las actividades directas en detrimento de aquellas relacionadas con el uso y distribución. Pese a ello, estas últimas siguen concentrando el mayor número de empresas del sector en consonancia con las ventas.

Intercambios comerciales

Los intercambios comerciales de bienes y servicios culturales y de ocio con el exterior, exportaciones e importaciones, presentan valores crecientes desde 1993 hasta 1997 con un diferencial positivo a favor de las exportaciones. En relación

al saldo de ambos agregados, balanza por cuenta corriente sectorial, ésta es deficitaria en su conjunto como consecuencia de los intercambios de actividades relacionadas con el uso y difusión, mientras que aquellas directas e indirectas presentan superávit en todo el período analizado.

Sector público

Centrándonos ahora en el Sector Público, se puede afirmar que el gasto público total destinado a actividades culturales y de ocio muestra una tendencia creciente hasta alcanzar los 752.381 millones de Ptas. en 1997. Esta evolución representa, respecto a 1992, un incremento del 46,2% en términos corrientes (el 30,7% en Ptas. constantes). En relación a la participación institucional en este gasto público, su estructura es similar a la presentada para el VABpm.

Comparaciones sectoriales

Utilizando las fuentes fiscales publicadas por el Instituto de Estudios Fiscales para todos los sectores, datos comparativos homogéneos, constatamos que la posición que ocupa la Industria de la Cultura y el Ocio mejora notablemente pasando a ocupar la cuarta posición. En cualquier caso en ambas comparaciones la Industria de la Cultura y el Ocio supera a otros sectores relevantes de la economía, además de los anteriormente indicados, como son: transportes, productos textiles, productos químicos y vehículos entre otros.

Comparaciones internacionales

Contrastando los resultados obtenidos para la economía española con aquellos de otros países: Estados Unidos y Reino Unido que han realizado trabajos similares, se constata que las respectivas contribuciones de la Industria de la Cultura y el Ocio en estos dos países son superiores. En el año 1995 estas participaciones fueron del 5,6% en EE.UU. y del 4% en el R.U. frente al 2,9% en España. Es necesario precisar que esta comparación ha de tomarse con cierta cautela puesto que tanto la delimitación de las actividades culturales como las fuentes de información no son homogé-

neas. Pese a ello, se observa un mayor ritmo de crecimiento en la participación de esta Industria en la economía española.

En relación a la participación del empleo generado por las actividades culturales resalta un mayor nivel de intensidad laboral en España, si comparamos con el empleo total de las respectivas economías, con una participación en el año 1995 del 7,34% respecto al 5,02% para EE.UU. y del 5,0% para el R.U.

Sin embargo, el diagnóstico sobre la nueva realidad española también tiene sus sombras. Por un lado, tal y como demuestran los resultados del *Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural*³, las prácticas culturales —con la única excepción de la televisión— no han llegado a la mayor parte de la población española. Como datos significativos, comentaré que el 51% de los españoles y españolas declaran no leer nunca, el 61% no acude nunca a las salas de cine y el 75,4% no asiste nunca a una representación teatral. Además, los datos negativos se acentúan —con la excepción también, en este caso, del cine— cuando menor es la edad de los entrevistados. Esta realidad supone un futuro incierto. Este futuro puede ser positivo si se toman las medidas adecuadas para el desarrollo de la oferta y para la difusión de la cultura entre todos los ciudadanos y ciudadanas de España, momento en el cual la Industria de la Cultura y el Ocio alcanzaría su plena potencialidad.

Por otro lado, las inversiones necesarias en España para desarrollar una industria de liderazgo cultural y mediático internacional son casi todas ellas en infraestructura, y esto no es una buena noticia para empezar, ahora que uno de los síntomas del *Estado del Bienestar*, es la retirada lenta pero inexorable del capital público de las inversiones culturales. Y todavía no existe una tradición de inversiones de capital privado en grandes operaciones de rentabilidad cultural.

Aquí entran en juego la iniciativa pública y la privada, de mutuo acuerdo, en busca de una sinergia que nos permita subsanar el déficit estructural empresarial y partir en el pelotón de cabeza en la carrera hacia el *Milenio Digital*, desarro-

3 **Fundación Autor.** *Informe SGAE sobre hábitos de consumo cultural.* Fundación Autor. Madrid. 2000.

llando nuestro propio concepto de *Sociedad de la Información* y rentabilizando nuestro *Capital Intelectual*.

Además, la proyección natural de España hacia América Latina y nuestra condición de puerta de Europa sitúa a España en una encrucijada de intereses a medio y largo plazo, que cada día adquieren más importancia, a medida que los mercados se integran y las grandes alianzas crean espacios gigantescos de negocio.

Hay un elemento añadido, y es el valor intrínseco de la lengua común, el castellano como *Capital Intelectual* de casi 400 millones de hispanoparlantes y unas perspectivas en Brasil y los Estados Unidos de América de crecimiento continuo ya que en ambos países se co-oficializa su uso.

A todo esto se produce una explosión de la *cosa latina* en la música, en el cine, en la literatura, en las artes plásticas y en general en los medios de comunicación, que permite aventurar que la cultura latina abandona los espacios marginales, donde hasta ahora desenvolvía más o menos bien y se dirige a la primera línea de atención donde está los grandes movimientos de liderazgo cultural y económico, es decir el protagonismo.

Hay un elemento añadido, y es el valor intrínseco de la lengua común, el castellano como *Capital Intelectual* de casi 400 millones de hispanoparlantes y unas perspectivas en Brasil y los Estados Unidos de América de crecimiento continuo ya que en ambos países se co-oficializa su uso.

No creo que esto signifique un desplazamiento de la cultura dominante, la angloamericana, sino más bien un compartir los escenarios de éxito y del fracaso, pero ya jugando en primera división, y sobre todo aprovechando una oportunidad única para aprender las claves del éxito y sobrellevar mejor el peso del fracaso relativo.

Para concluir, y volviendo al tema central de este artículo, recordaré las palabras del profesor José Ramón Lasúen, uno de los más destacados

economistas españoles, durante la presentación del citado estudio sobre la participación en el PIB español de la *Industria de la Cultura y el Ocio*: “*Todo el mundo ha aceptado que estamos en una etapa post industrial, pero aun queda por definir cual será el núcleo fundamental de la economía. Yo he llegado a la conclusión de que será la crea-*

ción y sus derivados. No se trata de la micro-electrónica, sino del mundo de la creación de nuevas emociones y sensaciones”. En este nuevo contexto, las industrias culturales juegan un papel protagonista en el posicionamiento económico de las naciones, y España, y los países del área latinoamericana, tienen una nueva oportunidad que no deben perder.

