

Propuesta de un modelo mesoeconómico para el análisis de las industrias culturales y del libro

IÑAKI VÁZQUEZ ÁLVAREZ*

Investigador en la Universidad de Barcelona Business School



Introducción¹

Las industrias culturales y la industria del libro² son sujetos de estudio complejos y multidimensionales que pueden analizarse desde multitud de marcos teóricos y tradiciones. A lo largo de este artículo nos aproximaremos a ellos, y enunciaremos una propuesta de análisis mesoeconómico que nos ayude a comprenderlos mejor en términos socioeconómicos e industriales.

La primera parte del artículo reflexionaremos sobre la controvertida relación entre economía, cultura y mercancía, citaremos seis diferentes marcos teóricos desde los que se suele estudiar dicha relación y aceptaremos, no sin ciertas reticencias, trabajar desde uno de ellos. También formularemos una nueva definición normativa de lo que entendemos por industrias culturales e industria del libro.

En una segunda parte introduciremos la mesoeconomía como nivel de análisis y expondremos sus conceptos más relevantes. Y, por último, y a modo de conclusión, enunciaremos un modelo conceptual mesoanalítico que ayu-

* Iñaki Vázquez Álvarez es doctorando en la Universidad de Barcelona Business School, profesor en ciclos formativos de grado superior y consultor especializado en la industria del libro.

¹ Este texto forma parte de la tesis doctoral que estoy realizando bajo la dirección del profesor Jordi Martí Pidelaserra, al que deseo agradecer su ayuda y consejos.

² No hacemos referencia a la industria editorial, ya que ese concepto comprendería otras industrias culturales relacionadas con la edición de contenidos. En otro orden de cuestiones, es importante señalar que algunos especialistas (ESTEVEZ, F., 2014) se interrogan por la idoneidad, dado el volumen de ventas y consumo, de categorizar a la edición de libros como una industria.

de a analizar de forma más compleja y dinámica las industrias culturales, y en concreto la industria del libro.

Es importante señalar que este artículo abordará principalmente el libro y la industria editorial en su vertiente impresa y nacional (España).

1. Economía, cultura, y mercancía

Tradicionalmente ha existido una relación turbulenta entre los conceptos de economía, cultura y mercancía, entendida la segunda de ellas como un bien común.

Desde el análisis de la Escuela de Frankfurt (años cuarenta del siglo xx) sobre la mercantilización del arte, han surgido muchas iniciativas, todas ellas con una carga ideológica importante, que han pretendido establecer, para así desarrollar políticas culturales e industriales concretas, una correlación valorativa entre el nivel de contenido cultural de diferentes bienes y servicios producidos, su valor comercial (AVILÉS-OCHOA y CANIZALEZ-RAMÍREZ, 2015), ya sea este en su forma de mercancía o de recurso (YUDICE, 2002), y su importancia social, reconocida esta a través de políticas públicas de reglamentación y/o protección.

Entre los diferentes modelos de clasificación y análisis de las industrias culturales y creativas procedemos a destacar seis (THROSBY, 2008): 1.º modelo UK-DCMS, elaborado por el Departamento de Cultura, Medios y Deporte del Reino Unido, (2001); 2.º modelo de textos simbólicos, desarrollado también es el Reino Unido, (HESMONDHALGH, 2002); 3.º modelo de los círculos concéntricos (THROSBY y SYDNEY, 2001); 4.º modelo de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI, 2003); 5.º modelo del Instituto de Estadística de la UNESCO; y 6.º modelo de Americanos por las Artes (*ver Tabla 1*).

Una vez estudiados estos seis modelos, consideramos que el más útil para comprender el lugar que ocupa la industria del libro en el seno de las ICC es el elaborado en el año 2006 para Comisión Europea por la consultoría KEA (KEA, 2006). Dicha clasificación, inspirada en el trabajo de Throsby y Sydney (2001), descompone las ICC en dos grandes bloques, uno cultural y otro creativo, y subdividiendo cada uno de estos dos subsectores en dos más: núcleo de las artes e industrias culturales y, por otro lado, industrias y actividades creativas e industrias relacionadas (*ver Tabla 2*).

Tomando como referencia las clasificación KEA (2006) y teniendo en cuenta las reflexiones de Nicholas Garnham (MIÈGE, 2017), Alain Herscovici (HERSCOVICI, 1994), Ramón Zallo (ZALLO, 1988), Jaron Rowan y Rubén Martínez (ROWAN & MARTÍNEZ, 2013), Paulina Seivach (SEIVACH, 2005) y J. De Brandt (ARENA *et al.*, 1991), procedemos a definir las **industrias culturales y, por lo tanto, la industria del libro** como aquel conjunto de empresas e instituciones (públicas y privadas) estructuradas en ramas-sectores de actividad económica, hileras



TABLA 1: MODELOS DE CLASIFICACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

1. Modelo DCMS	2. Modelo de textos simbólicos	3. Modelo de los círculos concéntricos
<p>Publicidad, arquitectura, arte y mercado de antigüedades, artesanía, diseño, moda, cine y vídeo, música, artes escénicas, industria editorial, software, televisión y radio, videojuegos y juegos de computadora</p>	<p>Industrias culturales principales: publicidad, cine, Internet, música, industria editorial, televisión y radio, videojuegos y juegos de computadora</p> <hr/> <p>Industrias culturales periféricas: artes creativas</p> <hr/> <p>Industrias culturales fronteras: aparatos electrónicos, moda, software, deportes</p>	<p>Artes creativas nucleares: literatura, música, artes escénicas, artes visuales</p> <hr/> <p>Otras industrias culturales principales: cine, museos y bibliotecas</p> <hr/> <p>Industria cultural ampliada: servicios del patrimonio, industria editorial, grabación de audio, televisión y radio, videojuegos y juegos de computadora</p> <hr/> <p>Industrias relacionadas: publicidad, arquitectura, diseño, moda</p>
4. Modelo de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)	5. Modelo del Instituto de Estadística de la UNESCO	6. Modelo de Americanos por las Artes
<p>Industrias que dependen principalmente de los derechos de autor: publicidad, entidades de gestión colectiva, cine y vídeo, música, artes escénicas, industria editorial, software, televisión y radio, artes gráficas y visuales</p>	<p>Industrias en ámbitos culturales fundamentales: museos, galerías y bibliotecas, artes escénicas, festivales, artes visuales, artesanía, diseño industria editorial, televisión, radio, cine, vídeo y fotografía, medios de comunicación</p>	<p>Publicidad, arquitectura, escuelas de arte y servicios, diseño, cine, museos, zoológicos, música, artes escénicas, industria editorial, televisión y radio, artes visuales</p>
<p>Industrias que no solo dependen de los derechos de autor: arquitectura, ropa y calzado, diseño, moda utensilios domésticos, juguetes</p>	<p>Industrias en ámbitos culturales ampliados: instrumentos musicales, equipos de sonido, arquitectura, publicidad, equipos de impresión, software, hardware, audiovisual</p>	
<p>Industrias interdependientes relacionadas con los derechos de autor: estudios de grabación, productos electrónicos de consumo, instrumentos musicales, industria papelera, fotocopiadoras, equipos fotográficos</p>		



Fuente: (Throsby, 2008)/Elaboración propia.

TABLA 2: DIVISIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

	Círculos	Sectores	Subsectores	Características
Sector cultural	Núcleo de las artes	Artes visuales	Artesanía, pintura, escultura, fotografía	<ul style="list-style-type: none"> • No industriales • Bienes y servicios con alta densidad de creación • Susceptibles de <i>copyright</i> pero no sistemáticamente • No son reproducibles: producciones de artes representativas y artes visuales
		Artes representativas	Teatro, danza, circo, festivales	
		Patrimonio material	Museos, bibliotecas, sitios arqueológicos, archivos	
	CÍRCULO 1 Industrias culturales	Cine y vídeo		
Tv. y radio				
Videojuegos				
	Música		Mercado música grabada, representación música en vivo, sociedades gestoras de derechos de autor	
	Libros y prensa		Edición de libros, revistas y edición impresa	
Sector creativo	CÍRCULO 2 Industrias y actividades creativas	Diseño	Diseño de moda, gráfico, interior y diseño de producto	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades no necesariamente industriales • Aunque los productos de salida están basados en <i>copyright</i>, pueden incluir otros productos de entrada sujetos a la propiedad intelectual (marcas) • Uso de la creatividad esencial para el funcionamiento de estos sectores no culturales
		Arquitectura		
		Publicidad		
	CÍRCULO 3 Industrias relacionadas	Fabricantes de PC, fabricantes de mp3, iPods, iPads, industria de móviles, etcétera	Turismo cultural	<p>Esta categoría es difícil de circunscribir sobre la base de criterios claros.</p> <p>Envuelve a muchos otros sectores dependientes de círculos previos</p>

Fuente: KEA (2006). *The Economy of Culture in Europe*/Elaboración propia.



de producción y mesosistemas productivos semiautónomos con estructuras e instituciones autolegitimadoras, que tienen como actividad principal la creación, producción y comercialización de mercancías (bienes y servicios) con valor simbólico reconocido y protegido mayoritariamente por leyes de propiedad intelectual y derechos conexos.³

Dichas mercancías comparten una serie de características en su **a) creación**: son prototipos, heterogéneos e ideológicos, que están mutando de una economía de la oferta a una economía de la demanda, compitiendo en una economía de la atención por la maximización de la audiencia a través de la diferenciación y el acceso; **b) tipos de mercados donde desarrollan su actividad**: mercados heterogéneos que tienden hacia oligopolios de franja, con una amplia participación de microempresas, trabajadores autónomos, asociaciones y cooperativas, muchas de ellas subordinadas a subvenciones y ayudas gubernamentales; **c) mercado de trabajo**: división del trabajo en su etapa industrial, con una fuerte desregulación y precarización; **d) en su producción**: dependientes para su rentabilidad de las economías de escalas, estandarización y serialización; **e) en su fijación de precios**: valor de uso único y aleatorio, con dificultad en la cuantificación del valor agregado generado por la actividad creativa y que no se destruye durante el consumo; **f) su comercialización**: canales y modelos de acceso en proceso de transformación radical, y **g) en su consumo**: son bienes de experiencia individual o colectiva en continua pérdida de autonomía a causa de las nuevas estrategias de construcción de públicos.



2. Una aproximación a la mesoeconomía como nivel de análisis

Para comprender adecuadamente el modelo de análisis que pretendemos enunciar en las conclusiones, es imprescindible que el lector sea conocedor de que a partir de ahora utilizaremos como marco conceptual el paradigma desarrollado por la escuela francesa de la economía industrial,⁴ la cual «pretende incorporar el análisis de la dinámica industrial desde tres perspectivas: la perspectiva de la empresa (microeconomía), la perspectiva de la rama/actividad económica, hilera productiva y mesosistema (mesoeconomía) y la perspectiva del conjunto de la estructura productiva (macroeconomía)» (CENDRERO, 2003).

³ Los derechos conexos son aquellos que otorgan protección a quienes, sin ser autores, contribuyen con creatividad, técnica u organización al proceso de poner a disposición del público una obra.

⁴ Tal y como señala Yves Morvan (MORVAN, 1991), la economía industrial sería, principalmente, el estudio de las estrategias de los agentes del sistema productivo y sus determinantes, así como de las relaciones que mantienen entre ellos y con su entorno más amplio.

Sin desdeñar las tradiciones macroeconómicas y microeconómicas, centraremos nuestro interés en lo que se ha denominado la mesoeconomía, entendida esta como una rama de la economía que se encarga de analizar «las relaciones externas de las empresas individuales y las interconexiones entre los cuasi agregados del conjunto del sistema industrial y, por consiguiente, el cuadro institucional del mundo económico» (COLE, A. H., 1968).

Para poder seguir avanzando en el análisis de las industrias culturales, y la del libro en particular, es básico que procedamos a definir los siguientes conceptos: industria, rama-sector de actividad, hilera de producción, mesosistema productivo, institución y agente:

- **Industria:** Intersección de ramas-sectores de actividad económica, hileras de producción y mesosistemas que tienen un producto o servicio como actividad económica principal.
- **Rama/sector de actividad económica:**⁵ Conjunto de empresas que tienen la misma actividad principal. La información puede ser extraída de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE) y complementada con los datos provenientes del impuesto de actividades económicas (IAE).
- **Hilera de producción:**⁶ Sucesión de operaciones de transformación que conduce a la producción de bienes (de un conjunto de bienes); la articulación de esas operaciones está influenciada en gran medida por el estado de técnicas y tecnologías en curso, y está definida por las estrategias propias de los agentes que buscan valorizar mejor su capital. Las relaciones entre las actividades y los agentes revelan interdependencias y complementariedades, pero también relaciones de jerarquía donde el juego contribuye a asegurar las dinámicas del conjunto. Utilizado a diferentes niveles, la hilera aparece como un sistema, más o menos capaz según el caso, de asegurar su propia transformación (MORVAN, 1991).
- **Mesosistema de producción:** Subsistema dinámico-productivo concreto, pero de límites permeables, definido por las acciones estratégicas de un

⁵ El término «rama» puede tener múltiples significados, entre los que podemos destacar tres: «industria», «esfera de realización de un producto» y «esfera de concurrencia». En esta ocasión utilizaremos el concepto de «rama» como sinónimo de «actividad económica»: conjunto contable de fracciones de empresas dedicadas a una actividad dada de alta como actividad principal o accesoria. Una empresa que participa en la producción de varios bienes puede formar parte de varias ramas. Suelen utilizar una misma tecnología y se insertan en entornos muy similares.

⁶ Tal y como señala Yves Morvan (1991), «la noción de hilera de producción no suele tener un estatus teórico bien definido, apareciendo en algunas ocasiones como una metáfora, un mito o una bandera política [...]. El hecho de utilizar simultáneamente los niveles macro-, meso- y micro-económico, haciendo a la vez de instrumento de análisis y de guía para la acción, válido tanto para la firma como para el Estado, no han mejorado su prestigio».



conjunto de agentes o unidades organizadas a través de relaciones que existen concretamente dentro del espacio de una actividad específica (ARENA *et al.*, 1991). En palabras de Gilly, podríamos definir también el mesosistema de producción como un «complejo organizado, históricamente constituido, de relaciones durables entre organizaciones productivas e instituciones, dotado de un capacidad de producir conjuntamente» (GILLY, 1997).

- **Instituciones:** Usos, hábitos, costumbres o normas por los que se rigen las relaciones sociales y económicas entre los miembros del grupo. Estas instituciones pueden materializarse de forma diversas.
- **Agentes:** Miembros (públicos o privados) que forman parte del mesosistema de producción y que están sujetos a las instituciones que lo configuran.
- **Cadena de valor:** Concepto fácilmente confundible con el de «hilera de producción», pero con la diferencia de que la cadena de valor estaría más vinculada a la gestión de una firma. Está concebida como una herramienta estratégica de análisis para identificar las ventajas competitivas de un negocio frente al mercado.



Conclusión: una propuesta de modelo mesoeconómico para comprender la industria del libro impreso

Tras haber analizado a lo largo del texto la relación entre la economía, el mercado y la cultura, y haber aportado una nueva definición de industrias culturales, creemos que es el momento de definir la industria del libro en términos mesoeconómicos y de proponer un marco teórico de análisis que ayude a entender la complejidad e importancia del fenómeno estudiado.

Desde una perspectiva mesoeconómica, definimos la industria del libro como la intersección de diferentes ramas-sectores de actividades económicas relacionadas entre sí a través de sus hileras de producción, las cuales generan en su interior mesosistemas de producción diferenciados, semiautónomos y permeables a través de los cuales se pueden analizar el comportamiento de los agentes (públicos y privados), estructuras, instituciones, organismos, así como las estrategias que desarrollan las firmas.

Para la correcta comprensión del modelo propuesto, es importante que se entienda que este posibilita el análisis de la industria del libro desde cualquiera de sus ramas de producción, hileras de producción o mesosistemas. Sin embargo, en esta ocasión creemos más útil señalar como punto de partida la rama vinculada a la edición de libros (CNAE 2009, código 5811), ya que es esta actividad la que nos permitirá más fácilmente distinguir nueve mesosistemas, así como establecer interacciones verticales en una misma hilera, ya sea hacia arriba como hacia abajo, u horizontales, dentro de la misma rama y/u otros mesosistemas.

Como podremos observar en el modelo (Esquema 1), la industria del libro se estructura en una matriz de nueve por nueve elementos, en los que se combinan ramas, hileras de producción y mesosistemas.

Entre las ramas que componen la industria del libro podemos distinguir:⁷

Ramas/actividades económicas		
1.º Autores	4.º Industrias papeleras	7.º Difusores
2.º Intermediarios/agentes	5.º Artes gráficas	8.º Puntos de venta
3.º Empresas editoriales	6.º Distribuidores/logística	9.º Clientes/consumidores



—
216

La vinculación que se establece entre hileras de producción y mesosistemas tiene mucha relación con las palabras de Christian Robin, quien señalaba en el año 2004 que para analizar la producción de libros había que distinguir los tipos de libros a los que hacíamos referencia. Cada tipo de libro tenía sus especificidades que lo distinguían de los otros (ROBIN, 2004).

En nuestro caso, subdividiremos la producción del libro impreso en nueve mesosistemas, cada uno de los cuales contará con su hilera de producción y su cadena de valor diferenciada. Es posible, y este modelo podrá resolver nuestras dudas, que en algunas ocasiones existan agentes/firmas que intervengan en diferentes mesosistemas, lo cual no tendría por qué invalidar nuestro modelo.⁸

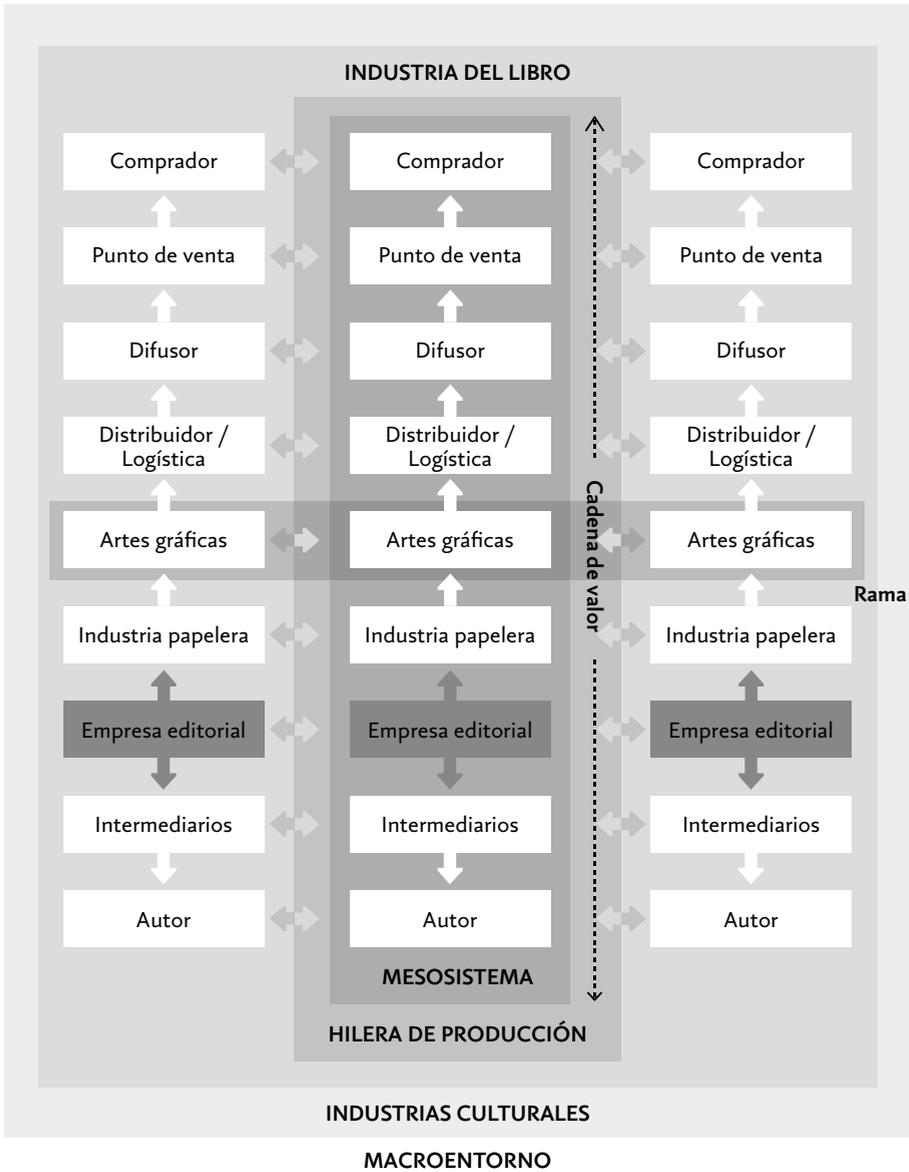
Los nueve mesosistemas que hemos detectado son:

Mesosistemas		
1.º Textos no universitarios (escolar)	4.º Literatura	7.º Diccionarios y enciclopedias
2.º Científico-técnico-universitario	5.º Infantil-juvenil	8.º Divulgación y otros
3.º Ciencias sociales y humanidades	6.º Práctico (guías de viaje, etcétera)	9.º Cómics

⁷ Para obtener datos sobre estas ramas, y a pesar de saber que las categorías no reflejan con exactitud los mercados analizados, tendremos que tomar como referencia la información obtenida a través del CNAE y el IAE.

⁸ Es importante entender que, dada la concentración que se ha producido en la industria del libro impreso, algunas empresas/corporaciones desarrollaran su actividad económica en varios de los mesosistemas señalados. Esta situación descrita no invalida el modelo planteado, ya que si estos grupos, independientemente de su tamaño, desean tener posibilidades de éxito en ese mesosistema específico, deben adaptarse a los razonamientos específicos de cada sector.

ESQUEMA 1.º PROPUESTA DE MODELO DE ANÁLISIS MESOECONÓMICO PARA LA INDUSTRIA DEL LIBRO



Fuente: Iñaki Vázquez Álvarez (2020)/Elaboración propia

⁹ En este esquema solo se muestran tres mesosistemas, aunque existen, tal y como señala el autor, seis más.

A pesar de que estos mesosistemas comparten la forma libro y en ocasiones la hilera de producción en tanto que proceso tecnológico, creemos poder afirmar que sus diferencias en relación al tipo de agentes-firmas-instituciones que participan, mercancías que elaboran, canales en las que las comercializan, lobbies que actúan y audiencias a las que van dirigidas, por no hacer referencia a los modelos de negocio que emplean o tipos de financiarización, justifican la división presentada a través de este modelo, y el propio modelo en sí.¹⁰ ★

Bibliografía

- MINISTERIO DE EDUCACIÓN, CULTURA Y DEPORTE (2018): *Anuario de Estadísticas Culturales*, n.º 2172-0401, p. 400. <https://sede.educacion.gob.es/publiventa/anuario-de-estadisticas-culturales-2018/cultura-sociedad-estadisticas/21521C>
- ARENA, R.; BANDT, J. DE; BENZONI, L.; COLLECTIF y ROMANI, P. M. (1991). *Traite d'Economie Industrielle* (2.ª edición). Económica.
- AVILÉS-OCHOA, E. y CANIZALEZ-RAMÍREZ, P. M. (2015). «Industrias culturales y crecimiento económico. Un modelo para el estudio del surgimiento de clusters creativos». *Economía, Sociedad y Territorio*, 15(47), 185-216.
- CENDRERO, J. M. R. (2003). «Los nuevos desarrollos de la economía industrial y las justificaciones de la política industrial». *Economía Industrial*, n.º 354, 157-172.
- COLE, A. H. (1968). *Meso-Economics: A Contribution from Entrepreneurial History. Explorations in Entrepreneurial History*, pp. 3-33. New York.
- FEDERACIÓN DEL GREMIO DE EDITORES DE ESPAÑA (2018). *Comercio interior del libro en España* (M. 29723-2019); p. 176. <https://www.federacioneditores.org>
- ESTEVEZ, F. (2014). *Manual de supervivencia para editores del siglo XXI*.
- FUERTES, M. y BADILLO, Á. (2016). «La dificultad de medir la cultura y la diversidad. Comparación de tres modelos internacionales de medición cultural: MEC-2009, ESSnet-2012 y CAB-2015». *CIC. Cuadernos de Información y Comunicación*, n.º 21, pp. 63-95. <https://doi.org/10.5209/CIYC.52878>
- GIL, M. (2016). «Impresiones sobre los datos de comercio interior 2015». *Antinomias libro*. <https://antinomiaslibro.wordpress.com/2016/07/04/impresiones-sobre-los-datos-de-comercio-interior-2015/>
- GILLY, J. P. (1997). «Dynamiques meso-economics and regulation macro-economique quelques pistes de relexion». *En Firmes et Économie Industrielle*, 39-54, p. 448. Edition Harmattan.
- HERSCOVICI, A. (1994). *Économie de la Cultures et de la Communication*. Editions Harmattan. http://www.editions-harmattan.fr/index_harmattan.asp?navig=catalogue&obj=livre&no=6116&razSqlClone=1
- HESMONDHALGH, D. (2012). *The Cultural Industries* (3.ª edición). SAGE Publications Ltd.
- KEA (2006). *The Economy of Culture in Europe*. https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf
- MIÈGE, B. (2017). *Les industries culturelles et créatives face à l'ordre de l'information et de la communication*. Presses Universitaires de Grenoble.
- MORVAN, Y. (1991). *Fondaments d'Economie Industrielle*. Economica.

¹⁰ Debido a la extensión de este artículo no resulta posible aportar información de carácter cuantitativo y cualitativo que confirmen la validez del modelo presentado.

- NACIONES UNIDAS/PNUD/UNESCO (2010). *Informe sobre la economía creativa 2010* (9780981661902), p. 483. <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>
- ROBIN, C. (2004). *Le livre et l'édition*. Nathan.
- SEIVACH, P. (2005). *Las industrias culturales en la ciudad de Buenos Aires: Evolución reciente y potencialidades: complejos editorial y audiovisual (libros, diarios y revistas, música, cine, vídeo y televisión)*. Centro de Estudios para el Desarrollo Económico Metropolitano. <https://catalog.hathitrust.org/Record/101003705>
- THROSBY, D. (2008). «Modelling the Cultural Industries». *International Journal of Cultural Policy*, 14(3), pp. 217-232. <https://doi.org/10.1080/10286630802281772>
- THROSBY, D.; SYDNEY, D. y MACQUARIE U. T. (2001). *Economics and Culture*. Cambridge University Press.
- YUDICE, G. (2002). *El recurso de la cultura: Usos de la cultura en la era global*. Gedisa.
- ZALLO, R. (1988). *Economía de la comunicación y la cultura* (1.ª ed.). Ediciones Akal.

