

# Industrias culturales y ciudades creativas

Ramón Zallo



Arte en la calle, Guadalajara (México)

La cultura es un ámbito específico en las sociedades y como objeto de estudio es compartido por las ciencias sociales, como la antropología y la sociología sobre los fenómenos sociales y modos de vida, o la economía que la considera un sector, el urbanismo que la entiende como una cualidad del entorno o por los cruces de disciplinas distintas como se produce en los encuentros entre arte, cultura, ciencia y tecnología.

Entender la pertinencia de cada uno de esos enfoques, ubicándolos a cada cual en su lugar siempre será un punto de partida.

## Un concepto amplio pero específico de cultura

La cultura es también parte central de la arquitectura de los modelos de cons-

trucción de los Estados pero también de los ámbitos subestatales, sean ciudades o naciones-región.

La cultura, según se mire, es un modo de vida, un capital simbólico, una producción o una identidad, pero es también una herramienta de gestión de los cambios sociales<sup>1</sup>, un componente transversal de las sociedades en proceso de cambio a las que aporta identidad, cohesión y visibilidad. Los nuevos modelos de gestión de los territorios incorporan cultura, innovación, sostenibilidad, participación y conocimiento, sea para definir

<sup>1</sup> Ver Manito F., "Cultura y estrategia de ciudad. La centralidad del sector cultural en la agenda local". Cideu. Barcelona mayo 2006.

ciudades o regiones o países inteligentes y conectados.<sup>2</sup>

En efecto el mix de cultura, innovación, proximidad, socialidad, identificación y desarrollo consciente del territorio puede dar lugar a ventajas sinérgicas formidables. Los lazos de identidad y conocimiento entre los agentes de un territorio trabado por la historia son un terreno abonado para multiplicar la funcionalidad de las estrategias públicas y, también, para favorecer la cooperación de intereses vía asociaciones o clusters.

Estas apreciaciones invitan a los estudios multi e interdisciplinares. Pero estando muy a favor de esa interdisciplinaridad, conviene advertir sobre un cierto umbral conceptual y metodológico a respetar.

Ese acento económico transversal no debe hacerse a costa de convertir la cultura, que es un fundamento social y un objeto de estudio bien distinto a otros, en un ítem más de la economía, de la creatividad o de la innovación. De hacerlo se perderá por el camino la cultura misma, diluyéndose su rol social como caja de herramientas general y como referente crítico para la evolución social misma, al tiempo que la política cultural perdería su *punch* democrático y cohesivo.

Me explico, ciertamente la cultura navega también en otros mares como son

el ocio, la creatividad, la innovación, el turismo...qué duda cabe. Tiene además efectos sinérgicos en múltiples campos (equipamientos domésticos y comunicaciones, educación, conocimiento, investigación, nuevos productos, servicios y formas comunicativas, formas de trabajo flexibles, en interacción y autónomas, economía urbana, mejora de servicios públicos, emprendizaje, reciclajes, capital social colectivo...) que hacen que incluso su cuantificación estricta minimize su impacto real en la sociedad, en la democracia y en la economía. No es ningún problema que la cultura insufle sus valores en todos los ámbitos de la vida. Bien al contrario. Eso es excelente y el mayor triunfo de la cultura. No cabe oponerse a que la cultura se sume a otros ítems. Lo que sí cabe oponerse es que esas aproximaciones en interacción sustituyan el estudio económico de la cultura misma.

La división conceptual es una convención a preservar para el conocimiento y la finura de los objetos de estudio, y en el caso que nos ocupa para no disolver el lugar social de la cultura o caer en parcialidades que no aporten conocimiento sólido. En esto hay que ser bastante *frankfurtianos* o, al menos, formularse sus mismas preguntas aunque no deban ser las mismas respuestas, algo unilaterales, que dieron en los 50.

Por un lado, la cultura siempre es creación, física, inmaterial o de sentido, y siempre es innovación, pero poca parte de la innovación o de la creación son cultura en sentido estricto. La cultura es socialmente bastante más que un ítem de la creatividad o de la innovación, aunque sea legítimo a efectos prácticos hacer las agregaciones que se quieran con tal de que se adviertan sobre sus limitaciones.

<sup>2</sup>Un caso en este plano es el "Modelo Conceptual de territorio inteligente" (2007) de Jakin Bask – Tecnalia que en sus primeros esbozos se comentaba en A. Calderero, J. Pérez e I. Ugalde, "Territorios inteligentes: espacios de economía creativa" en *Dyna*, ISSN 0012-7361, Vol. 81, Nº 6, julio-setiembre 2006. Para el caso de las ciudades ver Rodríguez A. y Vicario L., (2005) "Innovación, competitividad y regeneración urbana. Los espacios retóricos de la *ciudad creativa* en el nuevo Bilbao". Revista Vasca de Economía– Ekonomiaz. Nº 58 sobre Ciudades Región Globales. Espacios creativos y Nueva Gobernanza. Vitoria– Gasteiz.

Por otro lado, englobar la economía de la cultura en los amplísimos y transversales espacios de la creatividad y la innovación, como un componente más de una hipotética *economía creativa*, o de un hipotético hipersector de la innovación o de la creación, puede ser útil desde el lado de las sinergias y de las políticas transversales para la innovación, pero también hay que preguntarse qué le aporta al conocimiento de la cultura misma. Creo que poco, puesto que no se partiría metodológicamente de su naturaleza, funcionalidad, prácticas sociales y rasgos diferenciados de la cultura como hecho económico, sino del rol instrumental que pueda tener en otro ámbito de estudio elegido como nueva convención: la economía creativa.

### **El lado económico de la cultura y un dilema**

El lado económico de la cultura en sentido amplio ya era importante en las sociedades industriales como condición de modernidad, pero en las Sociedades de Conocimiento –de valores añadidos estratégicos de tecnología, conocimiento, símbolos e identidades– se produce y recrea con sistemas de producción aún más organizados, implicando una mayor presencia de tecnología pero no necesariamente de más creatividad. Posiblemente, no soportaría una comparación al respecto con las vanguardias artísticas de principios del xx.

En el plano de la creación y producción estrictamente cultural y de los valores de uso y de cambio, la cultura es definible y describible desde unas formas de trabajo y de puesta en valor específicas. En efecto, cumple esos dos requisitos: un objeto de estudio definible y unos rasgos definitorios que comparten todas las expresiones culturales.

En una “economía de la cultura” cabe una matriz general que, partiendo de lo productivo y valorizador, incluya en la exposición los elementos relativos a demandas en competencia, instituciones y usos sociales<sup>3</sup>; es decir una economía en interacción del conjunto de su cadena de valor y de su ciclo reproductivo.

Ese enfoque va bastante más allá de la industria cultural o de la industria creativa, puesto que abarca no solo a la elaborada con procedimientos industriales de trabajo, implicando reproducibilidad (caso del libro) o multiplicidad en el acceso a su resultado (caso de la televisión), sino también al conjunto de la cultura y la comunicación: el patrimonio, las instituciones culturales con sus servicios, los equipamientos, los espectáculos no seriados, buena parte de las artes visuales... que son cultura pero no industria, aunque ahora, en la era post-industrial –¡qué contradicción!– se aplique alegremente el término industria a actividades que no lo son y que son de corte artesanal o puros servicios.

Dentro de esta línea, el propio Parlamento Europeo a la hora de abordar la cultura industrializada sigue prefiriendo en sus resoluciones el término de indus-

<sup>3</sup>En particular el foco se situó a finales de los años 70 en el ámbito micro y partiendo de los procesos de trabajo y de valorización de cara a intentar desvelar los valores de uso y el valor mercantil de la cultura. En mi opinión, el trabajo más nutritivo en este campo fue Huet A., Miège B., et al. (1978). En cambio el ámbito macro ya tenía más tradición y fuimos promotores algunos analistas en el Estado Español. Así Juan Torres (1985); Bustamante E. y Zallo R. (1988) o Zallo R. (1992). Hoy está pendiente y es complementaria, la integración entre el modelo de procesos de trabajo y valor en la cultura, el seguimiento de los sectores y sus áreas transversales y la inclusión del ciclo reproductivo de la cultura en relación a sus usos.

tria cultural. Y además es consciente que con ese término no se aborda el ingente patrimonio cultural, así como los equipamientos y servicios<sup>4</sup>.

En mi opinión y como objeto de estudio de una ciencia social como la economía “los contenidos culturales comunicados nacen de actos de creación simbólica, implican procesos de trabajo y valorización peculiares por su propia naturaleza, suponen siempre algún proyecto estético y comunicativo independientemente de su calidad, se plasman en objetos o servicios culturales y comunicativos, que son demandados por tales y tienen una eficacia social por el lado de la percepción social en forma de disfrute, conocimiento y vertebración social”.<sup>5</sup>

Con esa definición se está diciendo que se extrae el objeto de estudio desde la economía y no desde ámbitos distin-

<sup>4</sup>Rapport 4-3-2008 Proposition de Résolution du Parlement Européen sur les industries culturelles en Europe. 2007/2153(INI) .

<sup>5</sup>En R. Zallo 2007-1. junto a esa definición, la describía tras una taxonomía de rasgos de la cultura como producción como “una economía de valores intangibles o simbólicos generados por trabajos creativos, en forma de bienes o servicios individualmente insustituibles y en permanente renovación de contenidos o de interpretaciones. Es una economía de la oferta múltiple, oferta que crea la demanda y que tiene una funcionalidad y eficacia social más allá de su valor económico. Su valor material e intelectual tiende a decrecer históricamente pero, en cambio, tiende a incrementarse el coste de la exclusividad, de la complejidad y de la notoriedad, con lo que el coste marginal en general tiende a cero y hay una amplia gama de costes hundidos, así como una incertidumbre sobre el resultado de la puesta en valor. Tiene amplias zonas de bien público, también mercados bien imperfectos y una inevitable presencia de las Administraciones públicas. Todo ello permite considerar económicamente a la cultura como un sector con sus ramas, subsectores y actividades auxiliares”.

tos como es el Derecho, ya se trate del Copyright o de los derechos de autoría, tal y como lo hace la WIPO, desde un interés legítimo pero no necesariamente compartible. La economía como disciplina se funda sobre el valor o sobre las decisiones entre los usos alternativos, según las escuelas, y en este caso sobre la cultura en su conjunto, incluyendo las industrias culturales, los *media*, la cultura y la comunicación en la red, el patrimonio, los equipamientos, el dominio público, los *merit good*, el creciente *pro-común* (*creative commons*, *copyleft*..) o el mercado del arte que solo genera derechos morales. A ello hay que añadir las crecientes áreas de autogestión artística y creadora locales en claves de participación social y de compartición en red.

Eso que parece muy conceptual tiene su vertiente práctica de la que surgen los dilemas. ¿Debe mantener la cultura –entendida en sentido muy amplio y no normativo– su autonomía, e incluso pasar a ser una sustancia central que define a las sociedades avanzadas?. ¿O solo tiene una función instrumental, de acompañamiento, en beneficio de estrategias económicas y, además, ello es inevitable en el capitalismo global?.

Hoy predominantemente, la cultura vista desde la economía convencional es entendida de forma instrumental, como medio para la diversificación, reconstrucción, mantenimiento, consolidación o desarrollo de las ciudades y territorios, incluyendo a las industrias culturales locales, en unos casos o desde las actividades de conocimiento, de otro.

El paradigma del economicismo cultural sustituyó hace tiempo al de la democratización cultural en las políticas públicas, que siguen sin hacerse cargo

de dos requerimientos nuevos: la diversidad cultural y el derecho de acceso. La subordinación de las políticas de democratización cultural a los imperativos económicos durante las dos últimas décadas, ha sustituido la mirada desde el lado cultural del desarrollo por la visión casi exclusiva desde el lado económico de la cultura. Incluso en lo relativo a los productos culturales, gana terreno la lógica liberal, del principio de subsidiaridad frente a las lógicas de intervención, promoción e impulso motor que deberían tener las políticas públicas.

Con las nuevas formulaciones instrumentales se corre el riesgo de dar un paso más y, además cualitativo, en esa dirección.

Hay así un corolario a este rosario de preguntas. ¿Quién debe estar en el puesto de mando de las políticas públicas que tienen que ver con la cultura?. ¿Los Departamentos de Cultura con la prioridad del desarrollo cultural definible desde una política cultural digna de tal nombre; o los Departamentos de Hacienda, Industria, Comercio, Turismo, Ordenación Territorial y Urbana con una visión instrumental de la cultura para finalidades... económicas, urbanísticas, de imagen, de innovación tecnológica y empresarial, de retornos fiscales turísticos y hosteleros nunca revertidos sobre la cultura ....?

Parece un planteamiento maniqueo, pero no lo es; y la indudable y creciente vertiente económica de la cultura y la proliferación de símbolos en toda clase de producciones y servicios corrientes, debería canalizarse del lado del desarrollo cultural y solo en segundo lugar sobre sus sinergias y derivaciones.

No creo que el sistema actual esté preparado para ello porque va en otra

dirección, a las órdenes del capital cognitivo<sup>6</sup> y financiero. Pero limitar los daños y preservar valores como cultura, calidad, democracia cultural, acceso, identidad, diversidad... justifica también una función académica de advertencia pública al servicio de la ciudadanía. La economía es en primer lugar una ciencia para la sociedad aunque algunas escuelas económicas lo olviden por su culto al formalismo lógico<sup>7</sup>.

### **Pertinencia o no de la economía creativa y de las industrias creativas**

El nuevo enfoque sometido a crítica ciertamente se propone en el transcurso del salto de la economía industrial a la post-industrial, centrada de los valores añadidos inmateriales y de conocimiento en los países avanzados y que plantea el reto

<sup>6</sup> Una versión peculiar la desarrollan los intelectuales del *operaismo* italiano: Fumagalli, Negri y otros (2009)

<sup>7</sup> La investigación en general va a rebufo de las necesidades de legitimación o racionalización de las acciones de los agentes y de las políticas culturales vigentes, por lo que conviene ponerlas en correspondencia. Sabiendo que no son las ideas las que cambian el mundo, sino que los cambios del mundo obligan a cambiar las ideas que, a su vez, facilitan esos cambios o ayudan a corregirlos, los aparatajes conceptuales deben servir para aclararse y acompañar procesos de mejora, no para ayudar en las derivas indeseadas. Una economía crítica de la cultura, al contrario de otras corrientes, siempre reflexiona desde la ubicación de la cultura en las sociedades desiguales, y teleológicamente se da la misión, desde su propia metodología, de desvelar la estructura y funcionamiento del sistema y de sus ámbitos en el bienestar colectivo o en lo contrario, en la igualdad o desigualdad interna e internacional, y en la racionalidad y distribución justa o injusta de los recursos y de sus usos. Es decir la defensa de la diversidad es un elemento inherente al discurso mismo de una economía que no se inhibe, por su propia definición y metodología, de su rol ni de sus efectos como ciencia para la sociedad.

necesario de redefinición de campos. El problema es si se está acertando y no parece ser así según algunas críticas.<sup>8</sup>

En mi opinión, el estatuto científico y la utilidad de los términos “economía creativa” e “industrias creativas” son discutibles. Esos conceptos son cambiantes, imprecisos, poco consistentes e instrumentalizables ideológicamente, comparativamente al estatuto nítido de una “economía de la cultura” o el concepto ya clásico de las “industrias culturales”<sup>9</sup>, especialmente desde una concepción crítica de ambas.

## 2.1. ¿Una economía sobre una aptitud?

La función social de la cultura y la comunicación como artefactos sociales no es reducible a la creatividad, una potencia del alma en no importa qué ámbito o sector económico, sea o no cultural, que difícilmente puede fundar una disciplina social aunque sí una moda o un interés. Lo normal es que las disciplinas científicas

sociales se funden sobre objetos de estudio, no sobre aptitudes salvo en la ciencias del comportamiento.

A ese respecto parecen más objetivables, los conceptos de I+D+i o el más corto de innovación, porque ambos se remiten a propuestas, constataciones o resultados medibles de carácter novedoso, ya sean sobre viejos o nuevos problemas, y siempre redundando en nuevas productividades.

Además el ámbito subjetivo de los valores es cambiante. Ciertamente antes del estado de *crash* financiero que aún seguimos viviendo, la imaginación y la creatividad eran los valores del futuro en las sociedades avanzadas. Una de las versiones más avanzadas de la creatividad, la creatividad financiera –un traspunto de la avaricia– llegó a tal punto que se colocó a años luz de la economía real con los resultados conocidos. Una economía de casino, sin correspondencia con el stock de capital productivo y que ha generado un capitalismo rentista, medroso, volátil y dañino socialmente. Las bancas canalizaron ahorros no a la inversión sino hacia imaginativos activos financieros que, además, no lo eran.

Creo que ahora estamos en un punto en el que, después del espejismo, los valores en alza ya no serán necesariamente los de la imaginación y la creatividad sin límite en la ciudad alegre y confiada, sino la racionalidad, seguridad, confianza, rigor, gestión... uso racional de los recursos –esencia misma de la economía– sean económicos, medioambientales, humanos, incluida la creatividad.

No estoy nada seguro que desde los viveros de las ideas relativas a la *economía creativa* se haya aun interiorizado, se haya incorporado a la matriz de pensamiento, la catástrofe que hemos vivido

<sup>8</sup> Para una genealogía crítica de conceptualizaciones (industrias culturales, industrias del entretenimiento, industrias de contenido, infonomics, industrias creativas..) ver Bustamante “De las industrias culturales al entretenimiento. La creatividad, la innovación... Viejos y nuevos señuelos para la investigación de la cultura”. Revista Diálogos de la comunicación nº 78, enero-julio 2009. FELAFACS.

<sup>9</sup> La doble naturaleza que tiene la industria cultural como industria, que produce contenidos desde unos procesos de trabajo y de valorización seriados o para la difusión múltiple para beneficio del capital; y como cultura genéricamente, en forma de entretenimiento, información, estética y educación, y que puede hacerse de maneras distintas: o bien de calidad y con sentido, o de mala calidad como seudocultura; puede apelar a las emociones en una dirección positiva o en la contraria; y como producción cultural nada inocua, puede ser una herramienta formidable de construcción social o de su contrario.



porque algo habrán de incidir en el planteamiento. Se han recortado por doquier y seriamente los recursos disponibles tanto privados como públicos para la pura experimentación y ganan en apoyo general los proyectos tasados, promisorios, fiables y solventes.

## 2.2. Una economía de la cultura

Cabe un estatuto general para una economía crítica de la comunicación y la cultura (ámbitos de estudios muy interrelacionados). En este tiempo de transversalidades, mix y *todovalés*, es probablemente la aproximación más adecuada y prometedora, sin perjuicio de que pueda haber otras (comunicaciones y telecomunicaciones; economía creativa...) con las que, de hecho, no competirá en los ejercicios de transversalidad, pero con los que sí competirá cuando la propia transversalidad se vea a sí misma como fundamento científico social y pretenda sustituir a los objetos de estudio fundamentados en décadas y décadas de ciencia social y de modelos explicativos probados.

En efecto, una “economía de la cultura (y la comunicación)” engloba, al mismo tiempo, no solo las industrias culturales y medios de comunicación, sino también ámbitos muy directos como patrimonio, artes, cultura comunitaria y popular que no tienen nada que ver con la industria, así como la cultura en la red y las comunicaciones sociales de la red. Pero al mismo tiempo, sin mezclarse, aborda dos campos:

a) por un lado, los ámbitos culturales de la producción general (diseño, moda, la parte cultural del turismo cultural, la creación publicitaria, el lado cultural de otros ámbitos,...) ámbitos que están muy subordinados, hay que re-

cordarlo, a las funciones económicas en las que se insertan en la economía de mercado: vender el producto, atraer visitantes, persuadir...;

b) por otro lado, los ámbitos suministradores desde *atrás* en la cadena de valor de la industria cultural (aparataje, electrónica de materiales como bienes intermedios o de producción...), o hacia *delante* como es el caso de los equipamientos necesarios para los consumos domésticos (electrónica de consumo y conexiones...) o desde los *laterales* como es el caso de los facilitadores (telecomunicaciones) o actividades auxiliares (impresión, locales de espectáculo...)

Cabe así un concepto amplio de cultura que los abarque, la *hilera cultural*, pero los dos últimos campos descritos no deben subsumirse en el estrictamente cultural —no son valor añadido cultural sino contenedores instrumentales de valores culturales o condición de cultura— que requieren una consideración específica en tanto asumen algunas connotaciones culturales pero muy dependientes de los sectores de los que forman parte.

O sea que, con esas cautelas, es adecuado relacionar la cultura, y el lado cultural de las producciones no culturales aunque diferenciando lo que es cultura en sentido laxo de lo que no lo es, y lo que es industria de lo que no lo es.

Hay algunas confusiones cuando el Dpto. de Cultura, Media y Deportes de Gran Bretaña utilizaba unas veces la misma definición y taxonomía de industrias culturales para industrias creativas, y otras veces, pasaba a la más que ambigua definición —y leo— de “actividades basadas en individuos con destrezas creativas, en alianza con managers o

tecnólogos, produciendo para el mercado, cuyo valor económico está vinculado a sus propiedades culturales o intelectuales”.

Pero con todo el modelo del DCMS británico sobre “industrias creativas”, suma a las industrias culturales de toda la vida los diseños+ arquitectura+ publicidad+ moda+ artes + artesanía y antigüedades+ artes escénicas +software+ videojuegos. Aunque estaríamos aún en un ámbito gestionable, hay que hacer algunas precisiones.

Se han sumado actividades que no son industriales en su producción o vocación (artes, antigüedades, artes escénicas). Si hubiera que sumar todo lo no industrial porque el término “industrial” ya no quedaría decir nada, faltarían todos los patrimonios, artes musicales o los servicios de equipamientos como bibliotecas y museos.

Será difícil delimitar qué lado de todos esos campos es propiamente cultural y cuál no, para evitar equívocas dobles contabilidades. Por ejemplo, incluyendo en arquitectura buena parte de la inmensa facturación de la construcción o en la publicidad las inversiones de los anunciantes en lugar de solo el lado creativo de las campañas y que son su parte menor. Asimismo incluir todo el ingente software del sistema y no el propiamente cultural o de entretenimiento... es un exceso poco útil.

c) Asimismo hay un problema de ponderación<sup>10</sup>. Al estimar alegremente un porcentaje medio de diseño como regla general a cualquier producción, por ejemplo, le da como resultado, nada menos que a la UNCTAD, que China es la primera po-

tencia mundial exportadora de creación<sup>11</sup>, cuando todos sabemos que lo es de producción con reproducción de diseños ajenos. En la estadística de la confusión se falsea así el sentido mismo de la creación.

d) El diseño así considerado tiene un valor tan gigantesco que se come a toda la industria cultural y esa suma temática, estadísticamente, daría como resultado cifras optimistas sobre las demandas culturales pero no revela que las tasas de crecimiento excepcionales, lo son sobre todo del diseño y del software, solo se salvan los videojuegos en el ámbito cultural.<sup>12</sup>

### 2.3. Límites de las extensiones excesivas

Lo anterior serían problemas casi menores de taxonomía y clarificación, pero ya se so-

<sup>11</sup> La UNCTAD otorga a China el primer lugar con diferencia lo que replica Gaëtan Tremblay “¿Hay que considerar como “productos creativos” las reproducciones masivas, con o sin licencia, de esbozos creados en otra parte? Si es así, la noción misma de economía creativa pierde todo sentido”. “Las estadísticas de la CNUCED evalúan claramente más la capacidad de reproducción que la creatividad. Paradójicamente, ilustran mucho más la amplitud de una economía de la copia que la emergencia de una economía creativa”. ¿Hay que imitar a China para especializarse en “creación”?

<sup>12</sup> En efecto si por el lado de la producción y de la oferta es más o menos acotable, en cambio por el lado de la demanda y el consumo, y tratándose de reflejar comportamientos sociales culturales así como el gasto doméstico en tiempo y renta, es más difícil e incluso dudoso un concepto estricto de uso y gasto cultural. El comportamiento humano mezcla unas y otras actividades según un menú personal intransferible de usos para el tiempo libre, la cultura y el conocimiento, en un mismo paquete de tiempo de no trabajo y de no sueño, compartido con el tiempo del cuidado personal y familiar. Hay algunas actividades culturales inequívocas (artes e industrias culturales). Otras, son de más difícil medición (turismo cultural) o no son separables de otras actividades (búsquedas en la red, ocio...). Pero lo que en el plano social y de la demanda parece conveniente –un concepto laxo que refleje usos y hábitos culturales generales– no lo es en el plano productivo y sectorial.

<sup>10</sup> Eso explica su retraso en la aplicación en países o áreas con tradición estadística que conceptualmente lo tienen previsto desde hace tiempo, como el Québec.



bre pasa un punto más (por ejemplo, en la web “creative cluster”) cuando se identifican las industrias creativas con “fabricantes de la economía de la información”. Así las “creative industries” no se remitirían siquiera a “economía del conocimiento” –que, aunque confunde la parte con el todo, al menos, nos habla de cualidades– sino a la “economía de la información”<sup>13</sup> que obviamente nos habla de ítems y no de contenidos, ya no digamos culturales.

El propio KEA ya ha hecho un inútil deslizamiento similar de identificación de la creación con la innovación, y de todo ello con el I+D+i, cuando en su informe reciente de junio 2009 que pretendía resaltar la “creatividad basada en la cultura”, vincula la creatividad a tres campos: la “creatividad basada en la cultura”, la creatividad económica –supongo que también la financiera– y nada menos que toda la innovación tecnológica y científica. O sea todo el I+D+i, ámbito que ya estaba inventado.

El intento de objetos de estudio globales ya se ensayaron en los 60 y 70 con objetos tan inabarcables y transversales como la “economía del conocimiento” de F. Machlupp o “la economía de la información de Marc Porat<sup>14</sup>, o el hipersector de la

comunicación, tal y como puso de moda Fundesco en España. Más recientemente se han propuesto la economía de la atención, la economía de la experiencia, *infonomics*, economía de la creación o del talento, economía del conocimiento<sup>15</sup>...

Lo reitero son aproximaciones útiles en una deriva aplicativa para el mestizaje de actividades, para pensar en aplicabilidades, oportunidades y combinaciones... pero los agregados excesivos, tal y como ocurrió con el concepto de “economía de la información” resultaron bastante inútiles como aproximaciones. No definirían nada gestionable, solo un agregado, puesto que 2/3 de toda la economía de EEUU era economía de la información, al sumarse todas las actividades dispares en las que la creación, distribución, utilización... de información era sustancial (educación, tecnologías, Administraciones, servicios médicos, servicios en general...).

No sería bueno que la cultura fuera subsumida, diluida y, sobre todo, sustituida por los conceptos genéricos de “innovación” o de “industrias creativas”.<sup>16</sup> Estos conceptos “sacos sin fondo”, amplísimos, de temáticas muy diversas,

<sup>13</sup> Ver Susan Galloway y Stewart Dunlop en “Deconstructing the concept of “creative industries” en Christiane Eisenberg, Rita Gerlach, Christian Hanke (eds) “Cultural industries. The British Experiences in International Perspective”. Humboldt –Universität zu Berlin 2006. <http://edoc.hu-berlin.de>

<sup>14</sup> Ver Machlup, Fritz (1962). *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*. Princeton: Princeton University Press. Porat, Marc U. (1977). “The Information Economy: Definition and Measurement”. Washington DC. US Department of Commerce; o Nora, Simon et Minc, Alain (1978). “L’informatisation de la société”. Paris. La documentation française. Para un repaso crítico de todas estas aportaciones taxonómicas ver Zallo 1988 y 1992.

<sup>15</sup> Recogen descriptivamente una amplia enumeración Rausell Köster, P. y Carrasco Arroyo, S, en “Algunos apuntes sobre la economía de la comunicación y la cultura”. en Jordan Antuñano J.M, (edit) *Política Económica: Fundamentos, Objetivos e Instrumentos*. Edit Tirant Lo Blanch. Valencia 2003.

<sup>16</sup> Ver Gaëtan Tremblay. (2008) *Industries culturelles, économie créative et société de l’information*. Global Media Journal – Canadian Edition, nº 1. <http://www.gmj.uottawa.ca/>. Ver su ponencia « Industrias culturales, economía creativa y sociedad de la información”. VI Congreso Internacional de ULEPICC (Políticas de cultura y comunicación: creatividad, diversidad y bienestar en la sociedad de la Información). Universidad Carlos III de Madrid 7-9 de octubre 2009.

serán de dudosa funcionalidad para la economía de la cultura si no se precisan siempre los campos que contienen para saber cómo le va a cada uno de ellos.

El concepto "sector creativo" se está refiriendo a todo tipo de creaciones inmateriales, y –siendo coherentes– a todo lo vinculado a Conocimiento (I+D+i, y todo lo relativo a aplicaciones, patentes, emprendizajes, redes de información, educación, cultura, ...) ¿no nos estamos acercando a otro hipersector que abarca a más de la mitad de la economía?.

Esa vocación expansiva también se advierte en la reflexión de los analistas de economía urbana, tecnológica y regional para caracterizar los "territorios inteligentes" (ciudades o regiones) organizados alrededor de un subsistema social, un subsistema físico y construido y un subsistema económico, conectados todos por unas TICs e insertos en la economía global. Ellos también entienden el concepto de industrias creativas como la suma de industria de alta tecnología, nueva vieja economía, eco-industria, servicios creativos, industrias culturales... El talento sería el factor de desarrollo por antonomasia, y la innovación y el emprendizaje los elementos de excelencia.<sup>17</sup>

En efecto por industrias creativas ya se ha terminado por entender toda la industria de alta tecnología, la nueva vieja economía en proceso de cambio (energías, transporte, agroalimentación, construcción...) toda clase de servicios de in-

geniería, finanzas, tecnológicos... hasta identificarlo con la Industria del Conocimiento.<sup>18</sup> Para ese viaje conceptual no hace falta la cultura que pasaría a ser un ámbito menor en ese conglomerado y que vestiría mucho pero pintaría poco.

También hay que hacer alguna objeción al término "clases creativas" apuntado por Florida. Aparte de que el concepto de "clase", con larga tradición sociológica pueda estirarse o acortarse, tiene poco parentesco con el heterodoxo, imaginativo y poco riguroso de "clase creativa" que reúne bajo una misma denominación grupos profesionales de muy diferente status, función social e intereses, que serían el motor de la renovación del conocimiento (Florida 2002 y 2005) y traccionarían sobre el "sector creativo", mayoritariamente no cultural tanto en el enfoque de Florida como en el de KEA<sup>19</sup>. Les hubiera ido mejor una denominación menos impactante pero más rigurosa de "capas profesionales creativas" o "capital humano muy cualificado", o como dice Castells en su último libro (2009) los "trabajadores auto-programable" frente a los "trabajadores genéricos", aunque no acierte al atribuir sólo a los primeros el origen del valor.<sup>20</sup>

## 2.4. Riesgos y efectos previsibles

Quizás esas aproximaciones hagan real la queja de la demasiado denostada Escuela de Frankfurt cuando advertían sobre el constante e irreversible proceso de desacralización, destrascendentali-

<sup>17</sup> Ver Marisol Esteban y otras (eds) "Territorios inteligentes, Dimensiones y experiencias internacionales", JakinBask . Bilbao 2007 en el que se estudian de forma global los territorios y sus proyectos más innovadores en los casos de Berlín, Bangalore, Bilbao, Escocia, Dublin, Greenwich Millenium Village, Kalundborg, Porto Alegre, San Francisco, Friburgo, Viena y Mar Báltico. Su capítulo 15 resume lo común a esas experiencias.

<sup>18</sup> Ver Igone Ugalde y Juan Pérez "Hacia un modelo conceptual de territorios inteligentes". Labein-Tecnalia. Bilbao 2007.

<sup>19</sup> Ver Florida R., (2002 y 2005), KEA (2006).

<sup>20</sup> M. Castells "Comunicación y poder". Alianza editorial. Madrid 2009, pg 57.

zación y mercantilización de la cultura. El continuo proceso de banalización del valor de interrogación permanente y de revulsivo que la cultura supone en las sociedades modernas es preocupante.

Estirar el término a los aledaños no culturales beneficia a éstos con el prestigio de la cultura y el arte a costa de su significación social, aunque –por interés– podría trasladar los resortes rentabilizadores y nada democratizadores de la propiedad intelectual, a ámbitos propios del menos rígido y protegido como es el sistema de patentes.

El enfoque de moda tiene así varios riesgos: el riesgo estructural de reducir el concepto de cultura a un elemento más entre los valores añadidos creativos o innovadores; el riesgo de que los Gobiernos dejen la cultura al albur de los mercados creativos –ello que se ahorrarían– o, al revés, que las actividades creativas no culturales focalicen las intervenciones públicas de financiación; el riesgo de que sectores no culturales se beneficien de la Propiedad Intelectual como barrera de entrada añadida a la extensión del conocimiento.

Hoy la gestión del conocimiento por el mercado como una materia prima e *input* sustancial de las economías, conlleva un nuevo capital dominante (capital cognitivo), que ha saltado a la gestión del conocimiento desde parámetros de valor económico. Hoy el capital cognitivo quiere ser el motor y beneficiario en la Sociedad post-fordista, de la Información, del Conocimiento o del Aprendizaje, que pone el acento en el valor añadido inmaterial.

Ese capital –sean capitalistas individuales o corporativos– se centra en la apropiación, acumulación y gestión de valores y propiedades inmateriales y está presente en muchos sectores porque es un capital transversal en la gestión del

capital financiero, organizacional, informático, energético, cultural, comunicativo o telecomunicativo. Busca apropiarse y acumular valores añadidos vinculados al conocimiento individual y colectivo que son cada vez más tractores y decisivos para las sociedades avanzadas que apenas si disponen ya de ventajas para la meramente repetitiva producción industrial fordista. Esos valores son conocimiento, patentes, I+D, aplicaciones, Propiedad Intelectual, saber empresarial, recursos humanos, capacidad innovadora... Son la clave en esta nueva dimensión. Solo al final de la cadena están algunos nichos culturales prometedores... y no olvidemos que, hoy, los nuevos retos culturales vienen de Internet, de la convergencia de soportes, de la mezcla de formatos o de los móviles... Y ello tiene importantes impactos económicos<sup>21</sup>

Utilizando el término “capital” en sentidos bien distintos, cabría decir que el capital cognitivo busca apropiarse en especial de los bienes comunes vinculados al conocimiento: valores añadidos del capital humano, del capital social, del capital in-

<sup>21</sup> Como son: la ampliación de riesgos; la producción desde segmentos especializados en una cadena de producción formada por agentes distintos; la desaparición de algunos intermediarios en beneficio de los extremos de la cadena (creación y usuario) y la aparición de nuevos intermediarios (portales, buscadores); la sustitución de los modelos tradicionales de rentabilidad por la suma de ingresos en ventanas sucesivas y en distintos soportes a la búsqueda de distintos tipos de usuarios; la reducción brutal del coste de almacenaje en digital, y que permite atender o bien demandas masivas o bien puntuales; o la combinación de las economías de escala con las economías de red y de club que dan valor a los productos mismos, al tiempo que cada red tiene un valor distinto según su uso. Estos nuevos parámetros no permiten tranquilidades y obligan a pensar y actuar juntos, de forma cooperativa. Por ejemplo, los clusters también están para eso.

telectual y del capital cultural. No sería una investigación baladí precisar sus formas y expresiones en el capitalismo postfordista.

A esta nueva fase del sistema parece serle consustancial la grave precariedad del estatuto real de muchos de los creadores y del personal cualificado en cualquier ámbito, su desvalorización acelerada, puesto que el valor de su fuerza de trabajo se ha distanciado de forma brutal, con el *mileurismo* y la precariedad, del valor del capital humano acumulado por las personas en la sociedad del conocimiento. El capital inmaterial o cognitivo exige cada vez más conocimiento, obtiene sus excedentes de ese conocimiento ajeno, ya sea asalariado o no<sup>22</sup> y lo remunera peor, salvo al talento hipercualificado o de rendimientos económicos extraordinarios. Posiblemente el capitalismo cognitivo sea, sobre todo, apropiación de conocimiento social e individual para la acumulación de capital a secas. Esa distancia entre valor y precio, la difuminación de los valores reales frente a los ficticios, la falta correspondencia entre valores y reconocimientos apuntan a una crisis sistémica que conjuga una crisis de la ley del valor<sup>23</sup> y una ausencia de un nuevo modo de regulación social que permita la reproducción equilibrada de un sistema que teniendo una inmensa capacidad de producción tiene una limitada capacidad de demanda solvente.

En todo caso los discursos sobre la importancia de la función social de los

creadores, añadidos al discurso de la economía creativa para el mercado, no han traído consigo que los artistas y las PYMEs culturales estén en los focos de los tecnócratas y políticos. No hay estrategias para la creación cultural mientras se siguen privilegiando las redes, el aparataje, la producción y se mira sobre áreas innovadoras de otro orden.<sup>24</sup>

Este problema se agravaría si la cuota pública de apoyo a la cultura se desviara hacia no importa qué ámbito creativo no cultural. Desvestirían la importante y cualitativa función social de la cultura, con la consiguiente pérdida de sentido en esta época de abundancia de producciones inmateriales y de conocimiento que coincide, además, con la propensión de muchos agentes a regularlas solo mediante el pago. El modelo de Throsby de círculos en relación a su mayor o menor vinculación con la cultura (2001) respeta esta aproximación aunque resulte impreciso.

Se puede acompañar acríticamente ese proceso; o se puede ponerle requisitos para que la cultura no se vaya por el sumidero de su pérdida de sentido social, y los creadores por la senda de la precariedad. Convertir a las industrias culturales y a las prácticas artísticas como

<sup>22</sup> De hecho la acumulación de "capital cultural" y de "capital simbólico" que decía Bourdieu se convierte en acumulación de capital real.

<sup>23</sup> Daniel Bensaid "Y después de Keynes qué? Viento Sur nº 106. Noviembre 2009, pág. 86.

<sup>24</sup> Aparentemente hay preocupación por la situación de los creadores pero menos de lo que se dice, porque se invierte mucho más en producción, emisión y reproducción que en creación, que es la fuente del valor inmaterial por antonomasia. Ver Creative Europe "On Governance and Management of Artistic Creativity in Europe". An ERICARTS Report to the NEF. 2002; Actas del III Encuentro de Creadores, Barcelona, de febrero 2005. el Comité de Asuntos Culturales de la UE estudia los temas de movilidad de los artistas (coproducción, Erasmus cultural, formación, buenas prácticas en condiciones de trabajo...). Asimismo ver X. Greffe "Creation et diversité au miroir des industries culturelles". La Doc. Française. Paris 2006.

mero subsector de las industrias creativas puede tener efectos negativos.

No es un afán de purismo culturalista. El debate de fondo es si la cultura es un puro valor económico como cualquier otra mercancía creativa; si el mercado es el único regulador en este campo y si la diversidad y la igualdad cultural vendrán del libre funcionamiento de las economías y los mercados. La respuesta es no, incluso antes de esta última crisis que la ha puesto en evidencia, porque entre las misiones de las políticas públicas están la de apoyar a la cultura incluso cuando no es rentable, sin dejarla flotar en el mercado para que los países potentes en el mercado cultural y del I+D+i arrasen con la multiplicidad de oferta diversa; la de disponer de políticas culturales específicas, potentes y propias acompañadas por políticas industriales (pero no sustituidas por políticas industriales horizontales estándar) y la de ser conscientes de los límites del libre comercio mundial cultural tomando decisiones nacionales e internacionales públicas que garanticen la diversidad.

Incluso desde el lado de la Política Pública es dudosa la utilidad y la posibilidad de gestión pública desde cuadros globales tan grandes.

## 2.5. Lectura ideológica

Pero además hay una lectura ideológica posible. Con el precedente australiano<sup>25</sup> el término de industria creativa nació como una estrategia nacional en los años de Tony Blair, del neoliberalismo laborista –valga el oxímoron, la *contradictio in terminis*, resuelta por la vía de la tercera vía que no lo fue-, a la búsqueda

de un ámbito de ventaja competitiva para Gran Bretaña, tal y como lo explican Philip Schlessinger y Nicholas Garnham<sup>26</sup>. Ciertamente fue retomado por la UE, y teorizado en abril de 2008 por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD)<sup>27</sup> en plena debacle del modelo neoliberal.

Da la impresión que puede intentar repetir la misma ilusión que el difusionismo desarrollista de los 60 y 70 quiso propagar, por América Latina especialmente, y en esta ocasión fundado sobre un modelo multidisciplinar de convergencia entre la economía, la cultura y la tecnología, en el que servicios y contenidos creativos tendrían un lugar excepcional. En el discurso de la UNCTAD los países no avanzados y emergentes tienen cultura y talento y solo les faltaría tecnología, capital y organización... olvidándose de los flujos desiguales culturales y comunicativos en un mundo estructurado por poderes en la red global.

En suma son dudosos el rigor y utilidad de las aproximaciones de agregación sin referencia al estatuto de un objeto de estudio homogéneo, a las taxonomías científicas o estadísticas que respondan a su fundamento económico, a las lógicas económicas de sentido o a su vinculación social. Hay una larga tradición sobre lo

<sup>25</sup> La Creative Industries Task Force

<sup>26</sup> Ver Philip Schlessinger "Creativity: from discourse to doctrine?" Screen 48, otoño 2007; Garnham, Nicholas "Information Society Theory as Ideology: A Critique" en Tremblay, Gaëtan et Miège, Bernard (Eds). *Théories de la communication*. Loisir et Société, nº 21, 1998. Garnham, Nicholas "Emancipation, the Media, and Modernity: Arguments about the Media and Social Theory". Oxford University Press 2000.

<sup>27</sup> UNCTAD "Creative Economy Report 2008. The Challenge of assessing the creative economy: towards informed policy making". [www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf)

que son ramas, sectores o hileras en economía o metodologías muy establecidas sobre las clasificaciones nacionales de actividades económicas.

Y, vuelvo a recalcar, todas estas apreciaciones son compatibles con los muy necesarios estudios interdisciplinares y las aplicaciones multidisciplinarias, que pueden ser extraordinariamente útiles para los lugares de encuentro como son los desarrollos y las planificaciones económicas territoriales o urbanas (los *creative quarters*, o los *creative clusters*), o como son las sinergias entre sectores y actividades distintas en términos de aplicaciones, oportunidades y combinaciones... Desde los enfoques de cada disciplina y desde las influencias mutuas<sup>28</sup>, cabe compartir entre las ciencias los distintos ámbitos sociales o económicos de la cultura, así como cabe la gestión global de los territorios en claves de economía, *gobernanza*, integración, cultura, sostenibilidad y diversidad.

### 3. Ciudades creativas con acento cultural: enfoque, espacio, problemáticas

Hecha toda esa afirmación de principios veamos la parte práctica.

#### 3.1. Enfoque

En efecto y precisamente por mi punto de vista pueden ser pertinentes, en cambio, conceptos y conceptualizaciones como "ciudad innovadora", "ciudad creativa"<sup>29</sup> o "ciudad o territorio inteligente" –tanto da– como espacios multidisciplinarios y

preferentes de articulación, gestión y promoción de distintas expresiones del capital inmaterial, incluido el cultural que es el más débil económicamente de todos ellos<sup>30</sup>. Claro que la condición es que la cultura debería estar en lo que le afecta en el puesto de mando y no como mero acompañante de estrategias ajenas, cuestión esta que no es nada clara, tal y como se están definiendo las estrategias desde "ciudades innovadoras o creativas".

El desarrollo cultural de una ciudad o región se justifica por sí mismo y por sus efectos sociales, lo que exige garantizar un servicio colectivo en todas las expresiones culturales como condición de adaptación de toda la ciudadanía a los vertiginosos cambios culturales de la era digital. Pero también es un factor de potenciación de su tejido económico y social, e incluso hay territorios en los que puede ser un sector económico significativo. Es este orden temático el que yo creo que hay que respetar.<sup>31</sup>

<sup>30</sup> Una versión peculiar e interesante la da Yproductions (2005 y 2007).

<sup>31</sup> Algunos autores acentúan el tercer grado temático de forma optimista. Es el caso de las versiones que apostando por las industrias creativas o las actividades vinculadas a derechos de autoría, las consideran un factor decisivo para el desarrollo en países emergentes. Los datos de contribución al PIB que manejan reflejan ese optimismo y que, obviamente, dependen de las agregaciones. Ver Fonseca Reis A., (2008); Fundación Este País (2008); Ernesto Piedras (2004) o Guzmán Cárdenas (2008). Todo depende de la metodología, como se advierte en el meritorio y sistemático trabajo arriba mencionado de E. Piedras que relata la elaborada por The Competitive Intelligence Unit con base en los estudios de Stephen E. Siwek "Copyright Industries in the U.S. Economy, The 2002 Report" International Intellectual Property Alliance (IIPA), Economists Incorporated, (Washington 2002). Atribuía a México un 6,7% del PIB ya en 1998 y a España nada menos que una contribución al PIB en 1997 del 4,5%, cuando el Ministerio de Cultura español señalaba un 3,2% y para bastante después, en el 2004 que de por sí ya era optimista puesto que la media europea del sector cultural y creativo según la CE era en 2003, un 2,6% del PIB de la UE. En España, para el quinquenio 2000-2004, el promedio del Valor Añadido Bruto cultural en el conjunto de la economía española se sitúa en el 3,2% y las actividades de propiedad intelectual un 4% del VAB, según el informe del Ministerio de Cultura "Valor Económico de la Cultura en España" (VecE). [www.mcu.es/novedades/novedadesVecE/html](http://www.mcu.es/novedades/novedadesVecE/html)

<sup>28</sup> Ver las apreciaciones de Miège B., "L'information-communication objet de connaissance". De Boeck-INA. Bruselas 2004

<sup>29</sup> Ver Kreanta "Ciudades Creativas" Primer encuentro de Sitges 2007. Barcelona 2009

De la nota 31 s'han de treure 7 línies, L'altre, seria treuren 6 del text, de la seva columna (no hi cap la nota i el text està condensat)



### 3.2. Espacios de distinto tipo

A estas alturas aunque estamos hablando de ciudades hay que relativizar los espacios en varios sentidos. Es una cuestión de acentos. Mientras el enfoque territorial o de país pone el acento en el desarrollo económico y regional, el enfoque de ciudad lo hace sobre los factores de integración, empleo y bienestar.

Las recomendaciones de desarrollo regional tienen por fuerza expresión local, sea pueblo o ciudad, e incluso con intensidad en un determinado distrito; y, al revés, una apuesta de distrito o ciudad puede tener un impacto positivo y fertilizador a escala regional o, al contrario, un efecto negativo y desertizador. Las estrategias de desarrollo regional por fuerza requieren de expresión local y las estrategias locales no deberían desentenderse de su *hinterland*. Creo que las herramientas de política industrial aplicadas al ámbito cultural deben ir más allá de la ciudad pero, en cambio, las estrategias de dotaciones y actividades han de contemplar preferentemente el espacio local sobre el que se planean.

Si me preguntara sobre como casar ambas perspectivas en el caso de la Comunidad Autónoma del País Vasco –lamentablemente las autoridades de la Comunidad Foral de Navarra no se apuntan a esta idea que es relacional y no política– diría que se trata de un territorio con una ciudad mediana como Bilbao y dos ciudades más pequeñas como Donostia–San Sebastián y Vitoria–Gasteiz relativamente cercanas que se están configurando como una Metrópoli polinuclear y equilibrada, en lo productivo, tecnológico y cultural. Es la Euskal Hiria (Ciudad Vasca) –como poéticamente la nombraba Bernardo Atxaga–; y que puede compaginarse con apuestas en cada ciudad



Frigiliana (Málaga)

–compiten entre sí, incluso demasiado– y como país políticamente institucionalizado. E incluso ya sería un salto beneficioso para todos si el País Vasco norte (País Vasco de Francia o Iparralde) y Navarra superaran sus recelos con la apuesta de configurar geocultural y relacionalmente una Euro-región o una Agrupación Europea de Cooperación Territorial (AECT) vasco-navarra.

### 3.3. Problemáticas

Más allá de la cobertura de necesidades culturales, la apuesta de basar el desarrollo económico en la cultura o en la creación no parece que pueda ser la apuesta razonable de todas las regiones y ciudades, pero sí de algunas, y tampoco creo que sea una panacea sustitutiva de la industria tradicional.

La apuesta por disponer de un sector económico cultural significativo ni se improvisa –la visión y educación de las élites de un territorio, incluidos los ca-

pitales financieros, son claves– ni puede ser artificial –la marca cultural está vinculada a la autenticidad-. No está al alcance de todas las ciudades o territorios. En cambio, es más factible que más ciudades potencien desde la estrategia económica y marketing de ciudad, nichos de capital inmaterial y de innovación no cultural, vinculados a su saber hacer histórico y su capital humano. Además las estrategias económicas en esta dirección son más compartidas por las fuerzas vivas y más legitimables ante la opinión pública al uso.

O sea, se vende mejor la innovación tecnológica o empresarial que la creación cultural, aunque debería hacerse un esfuerzo en sentido contrario. Con más razón es peligroso diluir la creación cultural en la creación en general. Llevará las de perder.

Aunque nunca se sabe. Barcelona me parece un ejemplo de cómo no se puede pontificar al respecto. Tres intervenciones no estrictamente culturales como la Exposición Universal de 1888, la Exposición Internacional de 1929 y las Olimpiadas de Barcelona de 1992, no solo dejaron ciudad y vitalismo sino también equipamientos culturales y clima para la cultura; y, en cambio, una iniciativa de expresión cultural y que era una operación de alto riesgo, el Forum Universal de las Culturas 2004, con una trilogía temática del máximo interés para la cultura progresista del siglo XXI (diversidad de las culturas, desarrollo sostenible y condiciones de la paz) tuvo un efecto boomerang. Se sobrepasó el umbral de lo macro por lo mega generando mensajes confusos respecto al leit motiv humanista, las élites que lo organizaron tuvieron de hecho conceptos y proyectos distintos y se comprobó que lo que predominaba

era una propuesta urbanística. Todo ello supuso costosos resultados económicos, políticos y de imagen conocidos. Claro que sus promotores a posteriori siempre podrán decir aquello de “siempre nos quedará...” el urbanismo.

Bilbao también es un ejemplo contradictorio. Una apuesta aparentemente cultural como el Guggenheim, no lo era. Era más bien una apuesta arquitectónica, urbanística y de imagen de ciudad, y lo que significaba en lo cultural –cultura de implante y sucursal nacida a espaldas de la cultura vasca–, a la postre generó vitalidad, ciudad, orgullo, un turismo que nunca había habido en Bilbao y un poco de clima propenso a actividades culturales.

Conviene recordar que solo algunos países, o ciudades avanzadas o emergentes, pueden poner en valor ese vector. Es necesario describir las experiencias válidas de ciudades determinadas pero también es necesario describir, de forma paralela las experiencias inválidas. Por ejemplo, la alocada estrategia voluntarista de casi todas las Comunidades Autónomas españolas en intentar especializarse en el audiovisual, con un coste gigantesco y unas políticas erráticas, salvando Madrid, Catalunya y, parcialmente, País Vasco y Comunidad Valenciana. O sea, no debemos convertir en estrategia general, lo que pueden ser algunas y necesarias estrategias particulares.

De todas formas las industrias culturales no atraviesan por su mejor momento, tanto por las incertidumbres sobre sus modelos de negocio como por la coyuntura. Al mismo tiempo, han conocido un crecimiento más significativo los servicios culturales no industriales, sean públicos o privados, como son los conciertos, espectáculos... basados en la salida y la experiencia colectiva. Tampoco las



Concierto callejero en el Barrio de San Telmo, Buenos Aires

otras áreas creativas, como el diseño y otras, atraviesan sus mejores momentos. Son parcialmente prescindibles en época de crisis y no son pocas las empresas de servicios desaparecidas en los dos últimos años<sup>32</sup>.

Hay ciudades que no han necesitado políticas públicas específicas para ser referente innovador o creativo (Madrid o París no lo necesitan) y otras sí; como hay ciudades y espacios territoriales que, sin un gran capital de innovación pero con una potente articulación, tienen altas

tasas de productividad y viabilidad. Así el éxito de productividades de la economía vasca en los años 90 y 2000 no tiene su origen en grandes inversiones en I+D+i, aunque el porcentaje vasco estuviera bastante por encima de la media española, sino en otros factores. Y en particular en dos factores que explica Zurbano<sup>33</sup>. En primer lugar la “gobernanza multidimensional” que deja espacio a los entes territoriales y no solo a los Estados para intervenir fuertemente incluso aplicando hasta el límite la estrategia de Michel Porter; y, en segundo lugar, la “gobernanza asociativa”, enten-

<sup>32</sup> De ninguna manera ha desaparecido la importancia de los sectores materiales, sean agrícolas, extractivos o industriales, si están innovados. Al contrario, esos sectores si se sirven de la innovación son menos vulnerables que los servicios que trabajan solo sobre información o conocimiento y que son una inversión prescindible en época de crisis.

<sup>33</sup> Mikel Zurbano “Las regiones como sujetos de la economía global. Euskadi en la gobernanza multidimensional” *Ekonomiaz* n° 58 – Ciudades Región Globales. Espacios Creativos y Nueva Gobernanza. Pgs 196-231

didada como la interacción entre diversos agentes públicos y privados, económicos y sociales, en torno a un proyecto de desarrollo común que vertebrase a una economía.<sup>34</sup>

La innovación no lo ha sido todo, pero puede llegar a serlo en la nueva división internacional del trabajo. La aplicación de políticas públicas no es una garantía de desarrollo al respecto, pero su ausencia puede arruinar las oportunidades.

En cualquier caso, la condición para su éxito es que haya un humus previo de experiencia social productiva, conocimiento, capital y de élites con capacidad tractora y de liderazgo compartido con la Administración. Compartir un proyecto o plan –cultural, social, urbanístico, económico...– de ciudad o territorio, largamente debatido y madurado de forma participativa entre élites, y contando con la implicación social, no es imprescindible pero podría tener efectos multiplicadores si los diagnósticos son acertados. Que el conjunto de agentes bogueen en una misma dirección es la mitad del camino.

Por fuerza sí será una apuesta para las comunidades minoritarias de fuerte identidad cultural, idiomática y política ubicadas en estados plurinacionales, como es Catalunya o el País Vasco. Por la cuenta que nos trae. Pero no es claro

que lo sepan todavía nuestras élites. En el caso vasco las elites políticas están más politizadas que culturalmente implicadas en los retos culturales del postfordismo y la globalización. Por su parte nuestras élites económicas y empresariales son muy pragmáticas y han hecho fuertemente la apuesta de la innovación –se advierte desde la atalaya de Innobasque en la que participo– pero tampoco apuestan por la cultura. Nuestra tradición ilustrada siempre fue muy material desde el siglo XVIII y los Caballeritos de Azkoitia.

#### 4. Tres herramientas

Desde ese punto de partida quiero exponer tres herramientas: unas políticas industriales al servicio de la cultura; la cultura como innovación versus la innovación como cultura; y la cultura en los parques de tercera generación o Parques tecnológicos urbanos.

##### 4.1. Políticas industriales e industria cultural: el lento maridaje

La utilización de la experiencia de políticas que van más allá de las subvenciones y las inversiones como son las políticas fiscales, industriales, de financiación, de viveros, de formación, de marca... ya largamente ensayadas en otros ámbitos deberían ser de general aplicación en el ámbito cultural. Sería un cambio fundamental.

Implicaría una coordinación permanente tanto interinstitucional como con el mundo privado, cultural y de la sociedad civil. Son, serían, complementarias a los sistemas positivos de fomento; pero visto lo que hay, requiere el liderazgo del Departamento de Cultura sea de un Gobierno Autónomo, de una Diputación o de una concejalía.

<sup>34</sup> También es la tesis de Mikel Navarro "Si consideramos que la mayor innovación se reflejará en última instancia en una mayor productividad (¿qué es la innovación, sino crear más valor por unidad de input!), resulta que la productividad de la CAPV, medida en miles de PPA-\$, era en 2007 una de las más altas de los países recogidos en el gráfico, mientras que en el EIS (que representa un indicador compuesto de innovación) la CAPV se situaba claramente por debajo de la media europea". Lo mismo les ocurre a algunos países nórdicos. Intervención en Innobasque 2009.

Me explico. De la experiencia de relación con mandatarios de Industria, Hacienda o Innovación extraigo conclusiones muy pesimistas sobre su comprensión de lo que es la cultura o la industria cultural en el post-fordismo. No terminan de entenderla. La entienden solo como objeto de subvención y gasto que es responsabilidad de una Consejería pequeña aunque de prestigio cuando no de adorno, la de Cultura.

Hay renuencia a aplicar tratamientos específicos industriales generosos a la cultura (hoy tratada con mucha más sospecha que a cualquier sector) en clara contradicción con dos hechos. Primero que siendo válida la lógica de la “excepción cultural” en el ámbito comercial internacional, no se aplique en cambio en la política cultural interna. Segundo, es incomprensible que siendo la cultura una fuente central en la recaudación del IVA hostelero, turístico y urbanístico no revierta a la fuente del valor añadido.

Ahí hay un problema de actitud política de Ministerio y Consejerías de Industria, ni siquiera dispuestas a aplicar tal cual las líneas horizontales al uso en cualquier otro sector, y mucho menos a considerar una parte como “innovación”. La aplicación de medidas de política industrial y financiera al ámbito cultural es aún excepcional, salvo si se trata de importantes Grupos.

Me atrevo incluso a sugerir un recorrido educativo para ganar a la causa cultural a los responsables de Industria, Hacienda o Innovación de la ciudad, región, Comunidad Autónoma o Estado.

Hay tres fases que, con los años, la política industrial cultural habría de recorrer:

Hoy, primera fase, lo interesante es que los sistemas horizontales de apoyo industrial y tecnológico se aplicaran

también al ámbito cultural para ir despejando el aire de sospecha de gasto inútil y cultureta.

La segunda fase sería la de adaptar las políticas horizontales a los rasgos del sector cultural y comunicativo, entre ellos el de tratarse de empresas más pequeñas que las comunes, y nacidas alrededor de una idea de producto y de mayor riesgo. Por ejemplo aplicar las ayudas a las empresas culturales de menos de 5 o 6 trabajadores; asesoramiento cuando nace; tomar en consideración el aprendizaje lento en la gestión... A esto se resisten los ministerios y consejerías económicas.

Un hito al respecto sería reservar un pequeño porcentaje de las distintas líneas de política industrial o financiera para este sector con una línea específica de reducción de costes financieros y acceso a crédito barato, siquiera con un tratamiento idéntico, no ya a las empresas tecnológicas, sino a las industriales con aplicaciones innovadoras.

Una tercera etapa: una política industrial y financiera específica, propia, integral y derivada de compromisos plurianuales apta a sectores como industrias culturales, artes escénicas o musicales. Incluyendo apertura de líneas de financiación con reembolsos y de creación de condiciones para el acceso al capital-riesgo y los fondos de garantías, con un tratamiento particular de las industrias culturales desde las políticas industriales y fiscales. O sea, cabrían vías específicas si se partiera siquiera de la idea de que la creación cultural es “innovación”, concepto este último talismán y por el que las instituciones tienen una especial debilidad en el apoyo presupuestario.

La aplicación de medidas de política industrial al ámbito cultural es todavía

bastante novedosa. La panoplia aplicable de medidas tendría como fines:

- al apoyo a la producción cultural nacional o local para que gane en calidad ante las importaciones y asegure su presencia en los circuitos del conocimiento y de la distribución;
- una política de oferta en forma de ayuda para la emergencia de operadores locales de prensa, radio o TV;
- el fomento de la competitividad de las empresas culturales independientes mediante ayudas temporales industriales y de financiación ventajosa, asegurando que haya una diversidad suficiente de agentes y empresas culturales y de comunicación;
- potenciar su asociacionismo y alianzas. La constitución de clusters animados por las administraciones públicas como semilleros y polos de fomento de proyectos y co-producciones;
- el apoyo público debería ser generoso en las temáticas de la cultura digital (digitalización de catálogos y fondos...), especialmente las Pymes, para que puedan hacer el tránsito digital y se garantice la extensión de la pluralidad de ofertas hacia los usuarios.

Otras herramientas –más difíciles– serían o la puesta en marcha de sociedades de capital riesgo y de fondos de garantía –desplazan el sistema de ayudas por el de compartición de riesgos– en el marco de unos convenios de instituciones financieras públicas autonómicas con asociaciones de productores, tal y como ya ocurre en el ámbito español.

En el campo de la financiación cabría instaurar varias modalidades:

Facilitar la financiación reembolsable de inversiones en inmovilizado mate-

rial e inmaterial para la emergencia de nuevas microempresas (la inmensa mayoría nacen con una idea y unos pocos recursos humanos) en actividades de creación, producción, distribución y/o comercialización de bienes de consumo o de servicio cultural en audiovisuales y multimedia, pero también extensible a artes escénicas, edición, discografía y musical. Podrían ser créditos a tipos de interés Euribor y reembolsable en 5 años

- Créditos reembolsables sin interés para líneas estratégicas de desarrollo de empresas culturales.
- Créditos reembolsables a proyectos culturales concretos de empresas
- Bonificación de costes financieros en los créditos obtenidos en la banca privada para la financiación de proyectos en forma de avales. Préstamos a largo plazo y Préstamos de tesorería.

En el campo del conocimiento siguen pendientes la asesoría y formación para la implantación y generación de un plan de gestión de empresas culturales, en forma de abono o ayuda por costes de formación. Una línea de emprendizaje para actividades de creación, producción, distribución y/o comercialización de bienes de consumo o servicio cultural en artes escénicas y audiovisuales, edición, multimedia, discografía, espectáculos y musical, revistas y TDT local en lenguas minoritarias o comunitarias.

#### 4.2. La cultura como innovación versus la innovación como cultura

Sea física o inmaterial, la cultura siempre es creación de sentido, y siempre es innovación. Por su producto siempre cambiante, por su inherente creatividad y no solo por las tecnologías que utiliza,



las artes y las industrias culturales son un ámbito innovador por sí mismo y es innovación una significativa parte de sus aportaciones. Además es un sector sensible, amparado tanto por la UE con la “excepción cultural” en las reglas de la doctrina internacional comercial, como por la UNESCO que lo consideran una herramienta central en el desarrollo de la diversidad cultural en el mundo. En cambio la Comisión Europea en este tema es, como el personaje del Señor de los Anillos, unas veces Smeagol y otras Gollum.

En cambio, poca parte de la innovación o de la creación es cultura en sentido estricto, ni cabe subsumir la cultura solo como parte de la creatividad o de la innovación. Es bastante más que eso.

#### *4.2.1 La cultura desaparecida en los índices de innovación y necesidad de un sistema de indicadores culturales*

Siguiendo a Lundvall y a Lorenz<sup>35</sup>, caben dos formas de entender la innovación: el Modelo STI (Science, Technology and Innovation) analítico, de origen científico y deductivo desde la secuencia I+D+i, y el Modelo DUI (Doing Using and Interacting) centrado en la experiencia práctica y las aplicaciones. De hecho, ellos los combinan a la hora de apuntar indicadores que abundan en ambas esferas, pero hasta hace no demasiado solo se contemplaba el analítico-deductivo de los sistemas de ciencia-tecnología.

Por su parte el EIS (European Innovation Scoreboard) es un sistema de indicadores que permite la comparabilidad

entre países europeos y que felizmente evoluciona hacia un concepto de innovación más amplio que el tecnológico, incorporando áreas como la gestión, los flujos de información, organización, marketing, sistema de relaciones, agentes, resultados... Pero aun tiene mucho por evolucionar hasta un concepto más integral de innovación.

Es más el modelo EIS “no resulta de utilidad a la hora de valorar e identificar nuevas estrategias y políticas de innovación ya que no contribuye a entender las interrelaciones entre los agentes que conforman el Sistema de Innovación, ni la relación causa-efecto entre los factores de input y los resultados asociados”<sup>36</sup> Dicho de otro modo cada país debe detectar sus especificidades en la vía innovadora y hacerles un seguimiento. O sea, no es seguro que ese concepto del EIS dé cuenta de las razones por las que una economía puede ser más productiva que otra.

Además puede no ser la innovación en sí sino otros factores específicos –como son las dinámicas económicas internas, el emprendizaje experiencial, el cuadro institucional y su compromiso, el modelo social y relacional...– los que dan cuenta de las mejoras productivas y la apertura de mercados.

Necesariamente se requiere un sistema de indicadores de innovación que compatibilice los índices universales con otros propios que mida la evolución interna.

Y paralelamente serán necesarios otros indicadores culturales, también unos de

<sup>35</sup> Lundvall Bengt-Åke y Lorenz Edward “Modes of Innovation and Knowledge Taxonomies in the Learning economy” Paper CAS workshop on Innovation in Firms October 30 – November 1. 2007. Oslo.

<sup>36</sup> Ver “Diseño e Implantación de un Sistema de Indicadores para la 2º Transformación Económica y Social”. Conclusiones Preliminares del Grupo de Conceptualización Versión 2.0 Propuesta Innobasque Borrador de trabajo Abril 09

tipo universal y otros de tipo específico, ajustados a las preferencias de desarrollo cultural de cada comunidad.

#### 4.2.2. *Innovar la innovación mirando a la cultura e incluyendo la innovación cultural en los proyectos de I+D+i*

Dicho lo anterior, y no es contradictorio, hay que partir de la receptividad de las instituciones hacia la innovación –incluida la vigilancia europea sobre las llamadas ayudas de Estado que es llamativamente permisiva con todo lo que es innovación– para hacerle beneficiaria a la cultura, de los tratamientos fiscales y financieros ventajosos de los que los sectores considerados como innovadores disfrutan. En cambio la percepción de que el sector es innovador per se, aún no es compartida por todos los estamentos de las Administraciones públicas europeas, considerándola un sector tangencial sujeto a algunas subvenciones y a inversiones de prestigio.

Si no fuera posible un tratamiento específico algunos nos conformaríamos con que, al menos, se le dé a la cultura innovadora el mismo trato que a la innovación, abriendo así esa puerta que nadie discute, política y socialmente, como es el apoyo institucional sin casi límites a todo lo que sea I+D+i. La cultura innovadora debería disfrutar al menos del mismo status que la socialmente legitimada innovación, sustituyendo la absurda idea de ver a la cultura como un gasto. Algo no se está haciendo bien.

Esa percepción se irá abriendo camino inevitablemente y las políticas culturales de contenido económico aun tienen mucho que cambiar en Europa. Las políticas se concretan con el tiempo en normas, pero previamente han tenido que prepararse desde estados de opinión

o interés, hasta traducirse en consensos o mayorías, y que suelen tardar bastante tiempo en formularse. Y en el intermedio se producen reflexiones, debates, precisiones, evaluaciones, homologaciones. Así se inician los cambios.

En 2006<sup>37</sup> la UE ampliaba el concepto de innovación del manual de Oslo del 2005, y que circunscribía el concepto de innovación al ámbito de las actividades comerciales, tecnológicas, organizacionales, científicas y financieras. En efecto alcanzaba a los procesos, calidades, comunicaciones e, incluso, productos. Al año siguiente, 2007, aún se ampliaba más. Tiene una vocación expansiva superando el inicial concepto tecnologista.

Las áreas que tienen hoy más sustrato tecnológico como la animación, efectos especiales, postproducción, multimedia, 3D, audiovisual interactivo, videojuegos... se ajustan perfectamente a ese concepto de innovación, al igual que los procesos de digitalización de contenidos históricos o patrimoniales, o de la creación, o de la producción y de la edición.

La propia renovación de formatos audiovisuales y televisivos, así como los pilotos de serie televisiva, así los nuevos diseños en líneas de productos o presentaciones culturales y comunicativas podrían ampararse en el concepto de ”desarrollo experimental” de esa Comunicación de la UE.

También serían I+D+i, los organismos de investigación y entidades como universidades o institutos de investigación que realicen investigación fundamental, industrial o experimental en torno a

<sup>37</sup> Diario Oficial de la Unión Europea. “Marco comunitario sobre ayudas estatales de investigación y desarrollo e innovación”. Comunicaciones. C 323. 30-12-2006. ISSN 1725-244X. (2006/C 323/01)

ítems audiovisuales o culturales; la propia Investigación fundamental, trabajos experimentales o teóricos emprendidos sobre contenidos con el objetivo primordial de adquirir nuevos conocimientos; la transferencia tecnológica, la creación de redes y la divulgación de información entre empresas y creadores y, asimismo, los propios clusters.

Como las culturas necesitan de la creatividad para la innovación de sus fondos patrimonial, artístico y productivo, también los costes creativos, el valor añadido inmaterial nuevo sobre un saber hacer estándar deberían considerarse como innovación.

Esta me parece una vía para las ayudas de Estado y autonómicas a la innovación cultural sin que choque con las limitaciones de la UE.

### **Parques Tecnológico Urbanos, de tercera generación**

Los parques industriales y de servicios culturales supusieron nuevas experiencias de intervención pública en el sector cultural, una nueva herramienta de política cultural, territorial e industrial por aplicación de la teoría y práctica de los parques tecnológicos al ámbito cultural en forma de parque temático cultural productivo y de servicios o mixto con preferencia para otros ámbitos de innovación.

Hace 17 años realizamos una investigación sobre los media parks o parques de industrias culturales en Europa, estudiando especial los distritos culturales de Sheffield y Hamburgo, el parque de Colonia, los polos de Montpellier, Grenoble y Futurescope, así como el proyecto de Aubervillier en Francia y la Ciudad de la Imagen de Madrid. Esos proyectos europeos que estudiamos en los prime-

ros 90 en Europa apuntaban a la constitución de áreas o centros de producción, exhibición y consumo cultural, comunicativo y/o tecnológico, articulados de distintas formas.

En lo relativo a sus formas de implantación en España fueron en la época de varios tipos:

- a) Un modelo más puro como el vigente de Ciudad de la Imagen de Madrid, o el aún más especializado de la Ciudad de la Luz de Alacant. El proyecto más combinado con la innovación en general y bastante posterior a aquellos fue el del distrito 22@ en Poble Nou de Barcelona, que se ha adaptado al modelo de tercera generación.
- b) Un modelo más globalmente cultural como el de la Ciudad de la Cultura de Galicia que concentraría en Santiago de Compostela, y en su diseño inicial, la Biblioteca y la Hemeroteca de Galicia, el museo de la Historia de Galicia, un área de nuevas tecnologías, un Teatro de la Opera y un Centro Multiusos, por su carácter megalómano y de enclave y por las ideas en que se cimentó (cultura del siglo xx) tiene dificultades para implementarse, especialmente en el tamaño con el que se ideó;
- c) Un modelo mixto, en el que junto a servicios (centro comercial, oficinas y hotel) se añaden estructuras de exhibición y otras, como el de Valladolid (proyección 3-D, Museo del cine, sede de RTVE y otros);
- d) y, finalmente, un modelo más convencional, modesto y dominante de hecho con presencia de empresas audiovisuales o multimedias en los parques tecnológicos al uso (Zamudio en Bizkaia, Miramon en Gipuzkoa...) o la presencia de centros de produc-

ción y platós para grabación y rodajes (Media Park o Estudios Gala en Barcelona; Colormatic Cine y Estudios Concorde en Valencia)<sup>38</sup>

En esa época los modelos eran ya los Parques de segunda generación –más vinculados a la innovación práctica y empresarial y a la clusterización por aglomeración y red– que convivían con los de la primera –con acento en la ciencia y la investigación o I+D como factor tractor y educador sobre los ámbitos de futuro–.

Los Parques Tecnológico Urbanos, parques de tercera generación, combinan los dos modelos anteriores (tanto en I+D, como conocimiento, como en el lado empresarial y de innovación aplicada) pero con más acento en la interacción y en el acceso a la formación; abandonan las periferias de las ciudades para inscribirse en el desarrollo urbano; aglomeran recursos humanos cualificados que le configuran como nodo interno local o regional y, al mismo tiempo, referente global; aparecen nuevos actores y nuevos entornos de innovación incluso para empresas tradicionales que buscan renovar sus servicios.<sup>39</sup>

Ya no se trata de convencer a las empresas de la necesidad del I+D+i sino de ofertar productos y servicios a la demanda ya real de I+D+i y, especialmente, de innovación y desde todos los sectores.

<sup>38</sup> Un resumen se publicó dos años después como P. Azpillaga, J.C. de Miguel y R. Zallo *Parques de industrias y servicios culturales en Europa*. Telos 41. Fundesco. Madrid. Marzo-Abril 1995.).

<sup>39</sup> Ver Igone Ugalde y Eguzkine Saenz de Zaitegi “Los Parques Tecnológicos Urbanos como instrumentos de regeneración del territorio: el caso de Zorrozaurre”. Labein-Tecnalia. Conferencia 4-12-07. Ponen como ejemplos los casos de los parques tecnológicos urbanos de Philadelphia, Boston, Nueva York o Singapur, el Digital Hub de Dublín o el Adlershof de Berlín.



Maqueta digital del proyecto del nuevo Zorrozaurre, Bilbao

Es curioso que la producción cultural forma parte más de ámbitos de experiencia que de ideación, más del modelo DUI que del STI y, es curioso que los nuevos parques tecnológicos urbanos cada vez respondan más a la demanda práctica innovadora de no importa qué sector y sean, en si mismos, una síntesis tanto de los modelos STI y DUI como de los parques de primera y segunda generación.

Al respecto de los nuevos tipos de parques cabe señalar como probables desde el ámbito de la innovación cultural propiamente dicha tres previsiones:

- su inserción en esos nuevos marcos urbanos es especialmente fácil porque para la cultura los espacios urbanos, y no los periurbanos, siempre han sido sus marcos naturales;
- en la era de los mix expresivos y las multiplataformas, su concentración espacial y abigarrada traería sinergias inéditas tanto entre los centros de investigación y las empresas culturales entre si como en el encuentro con sectores de todo tipo;
- la culturización y comunicación de las producciones e innovaciones en general animarán la demanda de productos

y sobre todo servicios a las empresas culturales. Estas de producir directamente solo para los mercados de consumo como es tradicional encontrarían nuevos mercados en la demanda no finalista y de servicio intermedios de instituciones, empresas de no importa qué ámbito...

Con todo no todo pasa por los parques, ni mucho menos. De ser cierta la extensión del concepto de innovación a la sociedad misma, la innovación social entendida como una respuesta nueva a viejos y nuevos problemas sociales, aquella apenas si cabrá en los polos tecnológicos ubicados en un espacio, y será una experiencia extendida y ubicua. La acumulación de innovaciones sociales abriría espacios inéditos de relación que beneficiarían sobremanera a la propia innovación cultural.

## Bibliografía

- Agenda 21 de la cultura en [www.barcelona2004.org](http://www.barcelona2004.org)
- AZPILLAGA, P., de Miguel J.C. y Zallo R., *Parques de industrias y servicios culturales en Europa*. Telos 41. Fundesco. Madrid. MarzoAbril 1995).
- BENSAID Daniel “Y después de Keynes qué? Viento Sur nº 106. Noviembre 2009.
- BUSTAMANTE E. y ZALLO R. “Las industrias culturales en España”. Akal 1988.
- “De las industrias culturales al entretenimiento. La creatividad, la innovación... Viejos y nuevos señuelos para la investigación de la cultura”. Revista Diálogos de la comunicación nº 78, enerojulio 2009. FELAFACS.

## 3.4. Conclusiones

En suma:

- a) La política cultural debería ser central ya en las políticas de Estado.
- b) Las generosas inversiones públicas en innovación o en la economía inmaterial inciden en la cultura y las políticas industriales, urbanas o de cohesión territorial, y deberían reservar un capítulo a la cultura y a la creación cultural bajo la gestión de las autoridades culturales.
- c) La política cultural global (subvenciones, inversiones, gasto, apuestas industriales, financieras o urbanas) ya no es patrimonio exclusivo de las consejerías o concejalías de Cultura, pero sí les toca pilotarla porque hay riesgos de que pierda carácter justamente en una época de rol central de la cultura en las sociedades avanzadas.

- CALDERERO A., PEREZ J., y UGALDE I., “*Territorios inteligentes: espacios de economía creativa*” en *Dyna*, ISSN 00127361, Vol. 81, Nº 6, julioseptiembre 2006.
- CASTELLS M., “Comunicación y poder”. Alianza editorial. Madrid 2009.
- CITF (Creative Industries Task Force) en 2001 <http://www.culture.gov.uk/creative/mapping.html>
- Creative Europe “On Governance and Management of Artistic Creativity in Europe”. An ERICARTS Report to the NEF. 2002.
- Diario Oficial de la Unión Europea. “Marco comunitario sobre ayudas estatales de investigación y desarro-

- llo e innovación”. Comunicaciones. C 323. 30122006. ISSN 1725244X. (2006/C 323/01).
- Department for Culture, Media and Sports (UK) “Creative industries Mapping Document” Gobierno UK 1998.
- DoCA (Department of Communications and the Arts) “Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy”. Canberra 1994.
- Encuentro de Creadores (3º), Barcelona, Febrero 2005.
- ESTEBAN, Marisol y otras (eds) “Territorios inteligentes, Dimensiones y experiencias internacionales”. JakinBask. Netbiblo 2008.
- FLORIDA R.,  
 – “The Rise of the Creative Class. And How It’s Transforming Work, Leisure and Everyday Life”. Basic Books. New York 2002.  
 – “The Flight of the Creative Class. The New Global Competition for Talent”. Harper Business, Harper Collins 2005.
- FONSECA REIS, A., “Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo”. Itau Cultural Sao Paulo 2008.  
 – FUMAGALLI A. y otros “La gran crisis de la economía global”. Traficantes de Sueños 2009.  
 – Fundación Este país “México ante el reto de la economía del conocimiento”. México DF, 2008.
- GALLOWAY, Susan y STEWART DUNLOP, Steewart “Deconstructing the concept of “creative industries” en Christianne Eisenberg, Rita Gerlach, Christian Hanke (eds) “Cultural industries. The British Experiences in International Perspective”. Humboldt –Universitat zu Berlin 2006. <http://edoc.huberlin.de>
- GARNHAM, Nicholas  
 – “Information Society Theory as Ideology: A Critique” en Tremblay, Gaëtan et Miège, Bernard (Eds). *Théories de la communication. Loisir et Société*, nº 21, 1998.  
 – “Emancipation, the Media, and Modernity: Arguments about the Media and Social Theory”. Oxford University Press 2000.
- Gobierno Vasco “2º Plan Vasco de Cultura”. Dpto de Cultura. Febrero 2008
- GREFFE X., “Creation et diversité au miroir des industries culturelles”. La Doc. Française. Paris 2006.
- GUZMÁN CÁRDENAS C.E. “La Economía Creativa: TIC, Industrias Creativas y de los Contenidos Digitales. Una exploración conceptual”. En anuario ININCO vol 20. Nº 1. Caracas junio 2008.
- Innobasque “Diseño e Implantación de un Sistema de Indicadores para la 2º Transformación Económica y Social”. Conclusiones preliminares del Grupo de Conceptualización Versión 2.0 Propuesta Innobasque Borrador de trabajo Abril 09.
- Jakin Bask – Tecnalía “Modelo Conceptual de territorio inteligente”. Tecnalía. Bilbao 2007.
- KEA European Affairs  
 “La economía de la cultura en Europa”, la Dirección General de Educación y Cultura de la Comisión Europea. Octubre 2006; o en [www.keanet.eu](http://www.keanet.eu)  
 – “L’impact de la culture sur la créativité”. Estudio para la Com. Europea. Junio 2009.
- LUNDEVALL BengtÅke y LORENZ, Edward “Modes of Innovation and Knowledge Taxonomies in the Learning economy” Paper CAS works-



- hop on Innovation in Firms October 30 – November 1. 2007. Oslo.
- MACHLUP, Fritz (1962). *The Production and Distribution of Knowledge in the United States*. Princeton : Princeton University Press 1962
- MANITO, F.  
– “Cultura y estrategia de ciudad. La centralidad del sector cultural en la agenda local”. Cideu. Barcelona mayo 2006 (ed) “Ciudades creativas”. Volumen 1. Cultura, Territorio, economía y ciudad. Actas de primer encuentro de Sitges 2008. Kreanta. Barcelona 2009.
- MIEGE, B., ”L’information communication objet de connaissance”. De BoeckINA. Bruselas 2004.
- Ministerio de Cultura, “Valor Económico de la Cultura en España” (VecE). [www.mcu.es/novedades/novedades-VecE/html](http://www.mcu.es/novedades/novedades-VecE/html)
- NORA, Simon y MINC, Alain (1978). “L’informatisation de la société”. Paris. La documentation française.
- PIEDRAS, E., “Cuánto vale la cultura? Contribución económica de las industrias protegidas por el derecho de autor en Mexico”. CONACULTA/Sogem/SACM/Caniem. Mexico 2004.
- PORAT, Marc U. (1977). “The Information Economy: Definition and Measurement”. Washington DC. US Department of Commerce, USA 1977.
- RAUSELL, Pau y CARRASCO, S, “Algunos apuntes sobre la economía de la comunicación y la cultura”. en Jordan Antuñano J.M, (edit) *Política Económica: Fundamentos, Objetivos e Instrumentos*. Edit Tirant Lo Blanch. Valencia 2003.
- RODRÍGUEZ, A. y VICARIO, L., (2005) “Innovación, competitividad y regeneración urbana. Los espacios retóricos de la *ciudad creativa* en el nuevo Bilbao”. *Revista Vasca de Economía – Ekonomiaz*. Nº 58 sobre Ciudades Región Globales. Espacios creativos y Nueva Gobernanza. Vitoria– Gasteiz-
- RULLANI, E., “Arte y economía: la creación de valor en el capitalismo cognitivo”. En “Producta 50”. Yproductions. Barcelona, 2007.
- SCHLESINGER, Philip “Creativity: from discourse to doctrine?” *Screen* 48, otoño 2007.
- THROSBY, D. “Economics and Culture” University Press. Cambridge 2001.
- TORRES, Juan, “Economía de la comunicación de masas”. Zero. Madrid 1985.
- TREMBLAY, Gaëtan – “Industries culturelles, économie créative et société de l’information”. (2008) *Global Media Journal– Canadian Edition*, nº 1. <http://www.gmj.ottawa.ca/>  
– “Industrias culturales, economía creativa y sociedad de la información”. Ponencia en VI Congreso Internacional de UNLEPICC (Políticas de cultura y comunicación: creatividad, diversidad y bienestar en la sociedad de la Información). Universidad Carlos III de Madrid 79 de octubre 2009.
- UGALDE, Igone y PÉREZ, Juan “Hacia un modelo conceptual de territorios inteligentes”. *LabeinTecnalia*. Bilbao 2007.
- SAENZ DE ZAITEGI, Eguzkiñe “Los Parques Tecnológicos Urbanos como instrumentos de regeneración del territorio: el caso de Zorrozaurre”. *LabeinTecnalia*. Conferencia 41207.
- UNCTAD “Creative Economy Report 2008. The Challenge of assessing

the creative economy: towards informed policy making”. [www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf)

WIPO “Guide on Surveying the Economic Contribution of the Copyright Industries” Ginebra 2002.

YProductions

– “Producta50”. CASM– Generalitat de Catalunya. Barcelona 2007, en [www.ypsite.net](http://www.ypsite.net)

– “Nuevas economías de la cultura” Barcelona. Febrero 2009. en [www.ypsite.net](http://www.ypsite.net)

ZALLO, R.

– “Economía de la cultura y la comunicación” Akal 1988.

– “El mercado de la cultura”. Gakoa 1992.

– “La economía de la cultura como objeto de estudio”. Zer nº 22. Mayo 2007.

– “Las políticas culturales territoriales revisitadas” en E. Bustamante y otros (ed) “Cultura y comunicación para el siglo XXI. Diagnóstico y políticas públicas” IDECO Cabildo. Tenerife 2007.

ZURBANO, Mikel “Las regiones como sujetos de la economía global. Euskadi en la gobernanza multidimensional” *Ekonomiaz* nº 58 – Ciudades Región Globales. Espacios Creativos y Nueva Gobernanza. Pgs 196231.