



INDUSTRIAS CULTURALES Y CIUDADES CREATIVAS

Ramón Zallo
Catedrático de Comunicación de la
Universidad del País Vasco

Barcelona 26-11-09

- 1. Un concepto amplio pero específico de cultura**
- 2. Pertinencia o no de la economía creativa y de las industrias creativas**
- 3. Ciudades creativas con acento cultural: enfoque, espacio y problemáticas**
- 4. Tres herramientas**
 - Políticas industriales e industria cultural: el lento maridaje
 - La cultura como innovación vs. la innovación como cultura
 - Parques de tercera generación: los PTU

CONCLUSIONES

1. Un concepto amplio pero específico de cultura

La cultura objeto de estudio de las ciencias sociales

La cultura como modo de vida, capital simbólico, producción, identidad y herramienta de gestión de los cambios sociales invita a los estudios multi e interdisciplinarios.

Advertir sobre un cierto umbral conceptual y metodológico a respetar: convertirla solo en un ítem más de la economía, de la creatividad o de la innovación.

La cultura siempre es innovación y poca parte de la innovación o de la creación es cultura

1. Un concepto amplio pero específico de cultura

1.1. El lado económico de la cultura y un dilema

ToggleBu
tton1

La cultura en economía es definible desde unas formas de trabajo y de puesta en valor específicas en interacción con su ciclo reproductivo: una definición.

¿Sustancia central o función instrumental?

El lado económico de la cultura sustituye al lado cultural del desarrollo.

¿Quién en el puesto de mando?

2. Pertinencia o no de la economía creativa y de las industrias creativas

2.1. *Una economía sobre una aptitud?*

El estatuto científico de la “economía creativa” e “industrias creativas” es discutible

Lo normal es que las disciplinas científicas sociales se funden sobre objetos de estudio, no sobre aptitudes salvo en la ciencias del comportamiento.

El ámbito subjetivo de los valores es cambiante y más desde el del estado de *crash de la creatividad* financiera

Revalorización de la racionalidad

■ 2. Pertinencia o no de la economía creativa y de las industrias creativas

2.2. *Una economía de la cultura*

Una “economía de la cultura” engloba industrias culturales y *medias*, patrimonio, artes, cultura comunitaria y popular y cultura en la red.

Pero al mismo tiempo aborda:

- a) los ámbitos culturales de la producción general;
- b) los ámbitos suministradores desde atrás, delante y auxiliares

Cabe así un concepto amplio de cultura que los abarque, la hilera cultural

2.2. *Una economía de la cultura*

En el modelo del DCMS británico se suman actividades que no son industriales

Será difícil delimitar qué lado de todos esos campos es propiamente cultural y cuál no, para evitar equívocas dobles contabilidades: en arquitectura, publicidad y software

En el caso de la UNCTAD China es la primera potencia mundial de creación: un problema de criterio.

El diseño tiene un valor tan gigantesco que se come a toda la industria cultural y da como resultado un excesivo optimismo

2. Pertinencia o no de la economía creativa y de las industrias creativas

2.3. Limites de las extensiones excesivas

Los “fabricantes de la economía de la información”

El propio Kea ya ha hecho un deslizamiento similar hacia todo el I+D+i del “sector creativo”

El intento de objetos de estudio globales ya se ensayaron en los 60 y 70 con la “economía del conocimiento” de F. Machlupp o “la economía de la información” de Marc Porat.

Era 2/3 de toda la economía de EEUU. No definían nada gestionable, solo un agregado.

2. Pertinencia o no de la economía creativa y de las industrias creativas

2.3. *Limites de las extensiones excesivas*

No sería bueno que la cultura fuera subsumida por los conceptos genéricos de “innovación” o de “industrias creativas” como un hipersector

Desde la economía urbana y regional las industrias creativas son la industria de alta tecnología, la vieja economía en proceso de cambio, toda clase de ingenierías, finanzas, servicios... hasta identificarse con la Industria del Conocimiento. Para ese viaje conceptual no hace falta la cultura

Alguna objeción al termino “clases creativas”

2. Pertinencia o no de la economía creativa y de las industrias creativas

2.4 Riesgos y efectos previsibles

Estirar el término a los aledaños no culturales beneficia a éstos con el prestigio de la cultura y del arte, a costa de su significación social.

Riesgos:

reducir el concepto de cultura a un ítem de valores añadidos innovadores;

dejar la cultura al albur de los mercados o que las actividades creativas no culturales focalicen las ayudas;

que sectores no culturales se beneficien de la Propiedad Intelectual como barrera de entrada.

2. Pertinencia o no de la economía creativa y de las industrias creativas

2.4 Riesgos y efectos previsibles

Un nuevo capital dominante: el capital cognitivo o inmaterial, como capital transversal que acumula conocimiento social e individual.

Apenas si hay estrategias para la creación cultural mientras se siguen privilegiando las redes, el aparataje, la producción o se mira sobre áreas innovadoras de otro orden.

2. Pertinencia o no de la economía creativa y de las industrias creativas

2.4 Riesgos y efectos previsibles

Grave precariedad del estatuto real de los creadores y del personal cualificado en cualquier ámbito.

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.

No es un afán de purismo culturalista. El debate de fondo es si la cultura es un puro valor económico e instrumental; si el mercado es el único regulador y si la diversidad y la igualdad cultural vendrán del “libre funcionamiento de las economías”.



2. Pertinencia o no de la economía creativa y de las industrias creativas

2.4 Riesgos y efectos previsibles

Pero además hay una lectura ideológica posible. Fue la estrategia británica de la tercera vía y hoy la ilusión de un nuevo difusionismo desarrollista

El rigor es compatible con los estudios interdisciplinarios y las aplicaciones multidisciplinarios, que pueden ser útiles para los lugares de encuentro como los desarrollos y planificaciones económicas territoriales o urbanas.....en claves de economía, *gobernanza*, integración, cultura, sostenibilidad y diversidad.

3. Ciudades creativas con acento cultural

3.1. Enfoque

3.2. Espacios de distinto tipo

Pertinencia de la "ciudad innovadora", "ciudad creativa" o "ciudad o territorio inteligente" estando la cultura en el puesto de mando en lo que le afecte

Mientras el enfoque 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.

El caso del País Vasco

3. Ciudades creativas con acento cultural

3.3. Problemáticas

Basar el desarrollo económico en la cultura o en la creación no puede ser la apuesta de todas las regiones y ciudades, pero sí de algunas.

Ejemplos contradictorios: Barcelona y Bilbao. Válidos e inválidos.

No todo pasa por la innovación: el valor de las gobernanzas y de las bases previas

4. Tres herramientas

4.1. Políticas industriales e industria cultural: el lento maridaje

Hay tres fases que la política industrial cultural a recorrer:

Primera, se apliquen los líneas horizontales.

Segunda, adaptar las políticas horizontales al sector.

Tercera, una política industrial y financiera específica,

a) En política industrial: apoyo a la producción cultural nacional/local; política de oferta; fomento de la competitividad; potenciar clusters; cultura digital.

4. Tres herramientas

4.1. Políticas industriales e industria cultural: el lento maridaje

b) En financiación :

- microempresas
- líneas estratégicas.
- créditos proyectos
- bonificación

c) En conocimiento: la asesoría y formación

4. Tres herramientas

4.2. La cultura como innovación vs. la innovación como cultura

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

Combinar el Modelo STI (Science, Technology and Innovation) desde la secuencia I+D+i, y el Modelo DUI (Doing Using and Interacting) desde las aplicaciones

Igualmente en la evolución del EIS (European Innovation Scoreboard) como sistema de indicadores

Y, paralelamente, son necesarios otros indicadores culturales, unos de tipo universal y otros específicos y ajustados al modo propio de desarrollo cultural.

4. Tres herramientas

4.2. La cultura como innovación vs. la innovación como cultura

4.2.2. Innovar la innovación mirando a la cultura e incluir la innov. cultural en los proyectos de I+D+i

Evolución del Manual de Oslo y su aplicabilidad a la cultura innovadora.

En áreas con más base tecnológica; procesos de digitalización; pilotos de serie como "desarrollo experimental"; organismos de investigación e investigación, transferencia tecnológica, creación de redes, clusters

4. Tres herramientas

4.3. Parques de tercera generación: los P.Tecn. Urbanos

En los años 90 los modelos eran los Parques de segunda generación (innovación práctica y empresarial y *clusterización* por aglomeración y red) que convivían con los de la primera (acento en I+D).

Los PTU los combinan. Ya no se trata de convencer de la I+D+i sino de ofertar a la demanda de I+D+i

La producción cultural forma parte de ámbitos de experiencia (más del modelo DUI que del STI)

4. Tres herramientas

4.3. Parques de tercera generación: los P.Tecn. Urbanos

Desde la innovación cultural tres previsiones:

- su inserción fácil en esos nuevos marcos urbanos;
- su concentración tiene sinergias inéditas en la era de los mix expresivos y las multiplataformas;
- Las empresas culturales también producirían a la demanda de instituciones, empresas...

- A) La política cultural debería ser central ya en las políticas de Estado y Comunidades**

- B) Las generosas inversiones públicas en innovación o en la economía inmaterial 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.**