

Cultura y desarrollo local: el distrito cultural sistémico

Pier Luigi Sacco y Guido Ferilli



Visión de Shanghai desde el distrito financiero de Pudong.

El valor de la cultura

Actualmente es unánime la confirmación a nivel internacional del papel que tiene la cultura en el proceso de desarrollo de las economías más avanzadas, o como se denominan en otros términos posindustriales.

Lo que no parece estar tan claro es el papel que puede asumir la cultura en el desarrollo económico. De hecho, en Italia, por ejemplo, se siguen refiriendo, cuando se habla de cultura, a elementos que se toman por “definición”, es decir,

el patrimonio artístico o los bienes arquitectónicos. Se trata de una postura más bien engañosa, dado que la tendencia en muchas zonas del territorio es invertir exclusivamente en los elementos materiales propios sin que estos procesos vayan de la mano de políticas encaminadas a reorientar y remotivar el tejido social en el que vivimos. La mayoría de las veces las reestructuraciones de los edificios históricos se realizan gracias a iniciativas de marketing territorial, en las que se propone visitar el patrimonio

artístico y admirar los productos típicos locales, las fiestas, etc. El resultado en muchos casos (como Venecia o Florencia por nombrar los más conocidos) es la “disneylandización” de estas zonas, que asumen el aspecto de lugares propios, cuyo encanto viene proporcionado por la forma y no por el contenido.

Por lo tanto, será más importante pensar en la cultura, más que nada por los hechos empíricos que con datos y resultados demuestran cuáles son los sectores hacia los que se deben orientar con mayor intensidad las políticas y los recursos públicos.

Una muestra clara de tal afirmación la encontramos en el estudio reciente de la Comisión Europea, presentado a finales del año 2006 por parte del Comisario europeo Jan Figel, del cual toma nombre el mismo informe, en el que se demuestra con una extrema claridad cuál es a fecha de hoy el valor económico del sector cultural en Europa.

En este Informe se revela que la cultura desempeña un papel determinante en el crecimiento, la competitividad, el desarrollo sostenible, la innovación, la ocupación, la cohesión social, el sentimiento de pertenencia y la oferta de empleos compartidos.

En 30 países de Europa, en su configuración actual, en el año 2003 la facturación global de la industria cultural definida así es de 654 miles de millones de euros. Este dato resulta más claro si lo comparamos con el del sector automovilístico del año 2001, con unas cifras ligeramente distintas, desfasadas en el tiempo, pero dadas en un momento de precios estables, por lo que son bastante comparables. La facturación del sector automovilístico en Europa en el año 2001 era de 271 miles de millones de euros. Estamos hablando, más o menos, de menos de la mitad. La facturación en telecomunicaciones en

15 países de Europa, eso es una Europa más reducida, pero en la que se producía la mayor parte del valor añadido, en el año 2003, era de 541 miles de millones de euros. Luego la cultura, en su dimensión económica, ocupa más o menos el doble que el sector automovilístico y más o menos lo mismo que el sector de telecomunicaciones. Por lo que respecta a la contribución de la cultura en la creación del PIB europeo, en el año 2003, el índice total de la cultura es del 2,6%. Un dato seguramente importante si lo comparamos, por ejemplo, con el sector inmobiliario que tenía un índice del 2,1%, medio punto menos, con el sector de la alimentación, de las bebidas y del tabaco con un 1,9%, con el sector textil (en el que se han concentrado, durante tanto tiempo, tantas políticas) con un 0,5%, o con el sector de la química y del caucho con un 2,3%.

Por lo que respecta al crecimiento del valor añadido en el período 1999-2003, la tasa de crecimiento acumulada en el sector cultural en este intervalo de tiempo ha sido del 19,7%. La diferencia positiva respecto a la media del sistema económico europeo ha sido del 12,3%. Por tanto, se ha crecido, de media, en general más del 10% en el intervalo de esos cuatro años.

En 25 países de Europa la ocupación total en el sector cultural era del 3,1% en 2004 y en el intervalo de tiempo 2002-2004, frente a una ocupación decreciente a nivel global en Europa, el sector cultural crecía un 1,85%.

Por consiguiente, estamos hablando de un sector de actividad que en estos momentos en Europa es totalmente dinámico: es uno de los mayores sectores que en el futuro creará más valor añadido y más ocupación. Pero ¿cuál es la cultura que se analiza en el informe Figel que

ha proporcionado estos resultados tan importantes?

En general se habla de sector cultural y creativo. En el informe se distinguen tres sectores: los sectores culturales de base (artes visuales, artes dramáticos, patrimonio), los sectores de las industrias culturales (películas y vídeo, televisión y radio, videojuegos, música, publicaciones) y los sectores de las industrias y actividades creativas (diseño, arquitectura, publicidad).

Así pues la cultura, tal y como se entiende y se analiza en el informe, no tiene nada que ver con la que nos obstinamos a tener en cuenta en las estrategias económicas del país. En otros casos se margina porque se piensa que tiene que ver más con el tiempo libre, por lo que resulta más un gasto que un recurso económico. En muchos casos, por cualquier otro motivo, se considera que es un excelente complemento del sector turístico. De hecho, en Italia, el turismo cultural se ha considerado desde hace tiempo como la panacea para resolver problemas estructurales o coyunturales de grandes zonas del país.

Por tanto, varios proyectos y operaciones de “recuperación arquitectónica” o de marketing territorial se someten ahora a actividades dirigidas hacia la valorización del patrimonio cultural o la constitución de distritos culturales, término que ahora se utiliza para definir cualquier forma de inversión en el patrimonio artístico, arquitectónico, paisajístico, de las tradiciones, etc. de una zona.

No se explica de esta forma cómo en muchas ciudades del otro océano, como Denver, Austin, Vancouver, etc., el sector cultural esté asumiendo el papel que dinamiza la economía, a pesar de que haya una absoluta falta de recursos materiales que sí son propios de la mayor parte de los países europeos.

Cultura, consumo y territorio

La importancia de la cultura se está haciendo cada vez más patente en los procesos de creación de valor. La demanda del consumidor ha cambiado, gracias también a los cambios en la relación existente entre consumo y bienestar individual.

Mientras que en la sociedad industrial la relación entre identidad individual y social era estática, con una escasa preocupación por los modelos culturales de referencia, en la sociedad posindustrial una mayor flexibilidad en la estructura social permite que los individuos decidan de una forma más autónoma y variable su propia condición de vida, así como sus preferencias, necesidades y la dinámica de competitividad social.

En la sociedad posindustrial prevalece la posibilidad de que los individuos se expresen libremente, para así alcanzar su bienestar personal. Todo esto lo vemos reflejado también al consumir, ya que las personas buscan cada vez más bienes de valor cultural, aquellos que les ayudan a confirmar su propia estructura mental, permitiéndoles afianzar la posición que tienen en el mundo y el papel que desempeñan.

En la sociedad posindustrial, debido al acceso de las personas a una mayor riqueza, han quedado obsoletos los modelos de desarrollo relacionados con la lógica de la supervivencia. Las personas, una vez han alcanzado un cierto nivel de bienestar, valoran el crecimiento de ese nivel de una forma distinta, dando cada vez más importancia a indicadores menos materiales.

La adquisición de experiencias culturales por parte de los individuos y de la sociedad favorece la capacidad de éstos, una vez adquirida una cierta provisión de capital cultural, identificativo y simbólico,

para activar un mecanismo de apoyo de la oferta de nuevos sectores de consumo y de producción, a través de un proceso de adquisición de competencia. Por tanto, la experiencia cultural permite que cada individuo desarrolle nuevas competencias que determinen la necesidad de ampliar la propia cesta de consumo, favoreciendo así el buen desarrollo de nuevas formas de consumo.

De este modo, mediante este círculo se procederá a renovar continuamente los productos de consumo y una nueva demanda. El consumidor demanda siempre nuevos productos y servicios en los que es fundamental el componente creativo e innovador.

El desarrollo de modelos identificativos cada vez más diferentes, la capacidad de cada individuo de elaborar de forma autónoma su modelo identificativo y su modelo cultural por consiguiente, se refleja también en la capacidad productiva de un territorio, que pasa progresivamente de ser productor de bienes y servicios a productor de modelos con identidad propia. De este modo, el atractivo de un territorio depende cada vez más de su capacidad de ofrecer el componente inmaterial en vez del material (capital físico, natural). Este dato se ve reflejado en la capacidad que tienen muchos países (por ejemplo los del norte de Europa) de desarrollar modelos de crecimiento endógeno basado en el componente inmaterial de la oferta cultural.

En estos últimos años el desarrollo del territorio, que tuvo lugar de forma espontánea o inducida, ha producido un terreno fértil en el que se buscan de una forma multidisciplinaria urbanistas, arquitectos, economistas, antropólogos, geógrafos, etc. para que interpreten los componentes que caracterizan estos

nuevos fenómenos de desarrollo. El éxito de un territorio depende cada vez más de la relación existente entre producción y sistema social o medioambiental. La competitividad de la oferta depende cada vez más del contexto global donde actúa y donde puede influir, gracias a los procesos de crecimiento del sistema social en el que interviene.

En otras palabras, el crecimiento de un territorio se produce gracias a un procedimiento de “distritualización”, de concentración geográfica de varios elementos endógenos y exógenos medioambientales y sociales que cooperan entre sí para que el territorio ofrezca una buena competencia.

De esta forma surge la relación entre economía, sociedad y territorio como sistema global en condiciones de generar un crecimiento y desarrollo, así como se hace cada vez más patente cómo en la sociedad posindustrial la competencia no surge entre cada agente, sino entre los sistemas territoriales en los que el desarrollo estructurado de los elementos materiales e inmateriales se convierte en una condición indispensable para el crecimiento competitivo del sistema y de su capacidad para atraer recursos del exterior, y cómo el concepto de valor asume nuevas connotaciones como clave estratégica de desarrollo territorial.

El distrito cultural

A tenor de tales consideraciones, se quiere introducir el concepto de distrito cultural sistémico. Los orígenes de este término se pueden remontar a los del distrito industrial. Modelo de desarrollo de un determinado territorio gracias a la integración vertical realizada por el sistema local sobre un único sector de producción. Se trata del modelo de desarrollo económico de un territo-



Interior del Museo del Hermitage en San Petersburgo.

rio que se refiere históricamente a la acumulación de pequeñas y medianas empresas especializadas y concentradas en un determinado territorio que tienen una serie de características comunes, a camino entre la autonomía y la interdependencia.

El distrito cultural clásico, el que nace en el Reino Unido en los años 70, gracias a los resultados de políticas de renovación de zonas urbanas degradadas es un ejemplo, aunque el concepto de cultura ya asuma una acepción más amplia, incluyendo la producción cultural y los sectores a los que

se refiere. Los casos más interesantes de distrito cultural se pueden encontrar en los años ochenta en los países anglosajones, mientras que en Italia se empieza a hablar sobre este modelo de desarrollo en los años noventa.

Un primer modelo de distrito cultural propuesto es el que se centra en el concepto de distrito como sistema, territorialmente delimitado por las relaciones que integra el proceso de valorización de las dotaciones culturales, ya sea materiales o inmateriales, con las infraestructuras y con los otros sectores productivos a los que se

refiere dicho proceso. Los recursos que tienen que valorar la forma del distrito son en este caso todo el patrimonio demo-etno-antropológico entre los que se encuentran los espectáculos en directo, la producción de arte contemporáneo, la industria cinematográfica, televisiva, editorial y multimedia, los productos típicos locales, así como la industria de la moda y del diseño. En este caso, el distrito está constituido por el sector que caracteriza los bienes; por los propietarios de los bienes que son objeto, por aquellos que lo son de los otros recursos locales, por las empresas que suministran materiales y servicios, por las empresas que utilizan el producto final en la propia cadena de valor, por las infraestructuras de acogida, por las de tiempo libre (como los teatros y los establecimientos deportivos), por las instituciones de formación profesional, etc. Cada zona territorial organizará su modelo de distrito según la provisión que más desee ya sea en términos de oferta de servicios, coordinada y coherente con los objetivos del proceso de valorización, o en términos de calidad de los servicios de acogida, adecuados al tipo de demanda que se quiera atraer, y que según las relaciones con la empresa que se integrará en la estrategia de valorización, incorporarán los elementos simbólicos distintivos y se pondrán en marcha para atraer recursos económicos productivos posteriores. En otras palabras, se trata de toda la cadena de producción del bien a valorizar, típica también de los distritos industriales, pero con algunas diferencias. En primer lugar, la producción y el consumo de productos culturales no se pueden separar geográficamente, como ocurre con los productos del distrito industrial destinados a la exportación. Además, se puede dar la intromisión de sujetos externos interesados en la simple

explotación de las posibilidades del distrito, con el objetivo de sacar provecho, todo lo cual desencadena a menudo el consiguiente descenso de la oferta cultural.

Otro modelo interpretativo del distrito cultural es el que se basa en dar mayor relevancia al capital cultural de un lugar específico, es decir, a la cultura local, las tradiciones y capitales sociales en descenso, el conocimiento tácito, difuso e intelectual, en todas sus formas tangibles. El motivo de tal elección es el efecto de la globalización de los mercados que nos lleva a distinguir los que se ocupan de la producción de los bienes y que hacen palanca sobre el coste de producción, de los que se ocupan de la creación de dichos bienes.

Según este punto de vista, el distrito cultural en vez de centrarse en las zonas tradicionales de la producción artística que ha evolucionado industrialmente, se basa en las nuevas zonas productivas, caracterizadas por un gran valor añadido de capital humano propio de las economías posindustriales; es decir, los sectores del diseño, de la innovación tecnológica y de la creación de nuevos productos. En este caso los distritos culturales industriales, que se parecen mucho a los distritos industriales, son diferentes. El distrito cultural institucional se caracteriza por la presencia de instituciones formales en cuyo ámbito se protegen los derechos de propiedad y de marca. Las otras tipologías de distrito son el distrito cultural de museos y el distrito cultural metropolitano, que se caracterizan por una parte por la recuperación del patrimonio artístico y por otra parte por la revitalización de zonas urbanas.

El distrito cultural sistémico

Los retos actuales de la sociedad del conocimiento demandan nuevas formas de integración horizontal en los sectores

de producción caracterizados por una complementariedad muy imprevisible en sus estrategias de producción de elementos nuevos.

En el fondo del distrito cultural, en todas las acepciones que hemos visto hasta ahora, la cultura desempeña el papel de agente sinérgico, que proporciona a los otros sectores del sistema productivo, los medios, las prácticas creativas y el valor añadido en términos de valor simbólico e identificativo. Las economías que ponen en práctica un distrito cultural no se generan gracias a los clásicos mercados culturales, sino a las actividades creativas que pueden crecer y desarrollarse al integrar a esta y a los diversos sectores de la vida social y económica de cada día. Sobre estas bases nace el modelo del distrito cultural sistémico: un modelo en el que la dimensión del sistema es todavía más fuerte y decisiva respecto a la del antiguo distrito industrial, y que demanda una integración total entre muchos protagonistas (administración pública, empresarios, sistema formativo y universidad, operadores culturales y sociedad civil). Para comprender el alcance y complejidad del distrito cultural sistémico necesitamos seguir una perspectiva teórica que demuestre la conexión que tiene con el desarrollo económico y social más general. Las directrices por las que se pondrá en marcha un distrito cultural se basan en valores como la libertad individual, la innovación, la creatividad, la calidad de vida: las mismas presuposiciones inmateriales que son ya las guías del desarrollo de los países caracterizados por una economía posindustrial.

Desde esta perspectiva, podemos considerar el distrito cultural sistémico como una gran oportunidad de desarrollo económico y social para el territorio y sobre todo para los individuos que viven en él.

Esta modalidad de desarrollo local, la cual ya se ha difundido con unos resultados satisfactorios en los Estados Unidos y en muchos de los países europeos, se basa en diversos enfoques teóricos: por una parte, se comparte la posición que defiende la teoría sobre las competencias elaborada por el economista, premio Nobel del año 1998, Amartya Sen, que demuestra la relación existente entre el desarrollo y la libertad (positiva y negativa); por otra parte, se siguen las posturas de economistas como Porter o Florida, que aunque son muy distintas en cuanto al enfoque y la temática del análisis, relacionan el desarrollo económico y la innovación y la creatividad, no solo de las industrias, sino también de los individuos.

El individuo, la persona cuya entereza se convierte en una clave para el desarrollo, que se desenvuelve en los canales de la capacitación, de la innovación y de la calidad de la vida y de la creatividad. Por lo tanto, el desarrollo es también y sobre todo inmaterial, así como lo son en parte la cultura, la libertad o la creatividad, que son sin duda los pilares de la dinámica cultural del distrito.

Son estos los paradigmas alternativos que dan forma al modelo del distrito cultural sistémico: el atractivo del talento creativo propuesto por Richard Florida, la reconversión competitiva del sistema productivo propuesto por Michael E. Porter y la capacitación sistemática de la comunidad local por Amartya K. Sen. Con la particular excepción de Florida, la intención de estos enfoques no era dar cuenta del fenómeno del desarrollo local dinamizado por la cultura, pero a pesar de esto encuentran en la nueva fenomenología del crecimiento posindustrial un terreno de aplicación particularmente interesante.

Para que un distrito cultural se desarrolle, se necesita cualquier tipo de combinación creativa de estos tres canales (teóricos), mediante los cuales se pueden identificar políticas que se pueden aplicar a las diversas dotaciones (que llamaremos tipos de capital) del territorio. Estas acciones se pueden ver como medios que intervienen en el desarrollo del territorio, o bien como claves para interpretar el presente y para comprender si se pueden identificar en un territorio acciones dirigidas a la puesta en marcha del distrito cultural sistémico.

Las acciones identificadas son doce:

1. **Calidad de la oferta cultural (COC):** o sea la capacidad de poner en práctica una oferta cultural que tenga un apartado de relaciones internacionales. Esto quiere decir, por una parte, estar en condiciones de llevar a cabo proyectos culturales que impliquen a los protagonistas locales, pero que también puedan resultar interesantes para los protagonistas externos; y por otra parte, mantener un nivel alto sin perder de vista las características de la comunidad local, la cual no se debe sentir excluida de la experiencia cultural ni percibirla como desarraigada o inalcanzable.
2. **Capacitación y formación de la comunidad local (CFC):** para generar valor económico y social a partir de las iniciativas culturales es necesario que las personas que las experimenten, las perciban como realmente necesarias para su existencia y camino hacia el desarrollo personal. La falta de capacidad de las personas puede comprometer el acceso a las diversas oportunidades culturales, que en un contexto de economía del conocimiento, representan buena parte de los elementos propios de un buen nivel de calidad de vida. De lo contrario, el conocimiento de las propias exigencias culturales no solo es importante desde un punto de vista económico, ya que estipula una mejora de la calidad de la demanda de productos de consumo y de productos culturales, sino sobre todo, porque permite que los individuos superen las dificultades relacionadas con el enfoque sobre realidades diferentes y complejas.
3. **Desarrollo empresarial (DEM):** cada vez más la creatividad y la innovación forman parte de las exigencias de cualquier empresa industrial. El desarrollo cultural y directivo deben ir de la misma mano, explotando las competencias y los conocimientos recíprocos.
4. **Atractivo empresas externas (AEE):** estar en condiciones de atraer capital y empresas extranjeras no sólo significa inyectar nueva linfa al territorio local, sino mantener una visión global sobre las perspectivas del territorio. Por lo tanto, la contribución de las nuevas empresas no sólo es económica, sino sobre todo cultural, y estimulará el potencial, la motivación y la vitalidad de la colectividad local.
5. **Atractivo del talento exterior (ATE):** representa el núcleo de la teoría de Richard Florida. Elementos, no sólo relacionados con el concepto de calidad de vida tal y como se ha entendido de manera tradicional, sino en un sentido amplio, propios del territorio y su comunidad, que convierten al lugar, urbano o no, en un lugar ideal donde vivir y trabajar no sólo los autóctonos, sino sobre todo los que hayan vivido experiencias en otros lugares.



Auditorio al aire libre en la estación central de Kyoto.

6. **Gestiones de las necesidades sociales y de la marginación (GNS):** explotar la cultura para gestionar las necesidades sociales significa sobre todo estar en condiciones de (proporcionar los medios para) modificar la lógica que gobierna las relaciones sociales de la comunidad local de una manera pro social. Este enfoque está estrechamente ligado a aquel, relacionado con la teoría de Sen, sobre la creación de las competencias y la formación de la comunidad.
7. **Desarrollo del talento local (DTL):** la idea de formar y sobre todo mantener en el propio territorio las personas con talento constituye una cuestión importante en Italia. Las personas con talento, creativas y cualificadas se pueden sentir atraídas no sólo por la oferta formativa extranjera, sino sobre todo por la oferta laboral, una oferta alentadora y remunerada. La fuga de estos talentos constituye uno de los grandes problemas de Italia. Formar y conservar en el territorio es algo esencial para conservar y desarrollar una identidad cultural, limitar la “homogenización” creativa, así como promover una creación y producción de calidad.
8. **Participación de los ciudadanos y de la comunidad local (PAC):** la magnitud de la participación es fundamental para que cualquier iniciativa tenga éxito. En concreto, es importante que la comunidad local participe ya que, gracias también y sobre todo al proceso de capacitación, está en condiciones de valorar si todo eso es lo adecuado y de traducir en un lenguaje que se adapte a las propias

prácticas culturales y al propio sistema de valores.

9. **Calidad del gobierno local (CGL):** la capacidad de los administradores locales para coordinar las acciones de los diversos protagonistas y de los accionistas del proceso de desarrollo. Esto no quiere decir necesariamente que la administración pública tenga la iniciativa. Es suficiente con que esta no ponga trabas a las acciones innovadoras y a los proyectos, así como ejerza de mediadora entre los diferentes intereses que hay en juego.
10. **Calidad de la producción de conocimientos (CPC):** a menudo los conocimientos culturales y científicos constituyen la doble cara de una misma moneda, se benefician indirectamente los unos de los otros. Es necesario que los contextos culturales en los que estos conocimientos se desarrollan puedan formar parte de un “entorno creativo cultural” que promueva la ayuda mutua y el intercambio de conocimientos;
11. **Capacidad de networking local (CNL):** la ausencia de coordinación y de cooperación causa siempre una pérdida de oportunidades. Para que no se demuestre la inutilidad de las iniciativas que acarrearán una pérdida de recursos y unos resultados ineficientes, es necesario que mejore el trabajo en equipo de redes locales activas y cohesionadas. Muy a menudo la poca colaboración entre los protagonistas sociales se debe a un nivel bajo de capital social.
12. **Capacidad de networking externo (CNE):** relacionarse con realidades culturales diferentes es fundamental para llevar a cabo un desarrollo cultural sano y vital. Esto también

quiere decir aprovechar la posibilidad de estudiar o trabajar en un contexto internacional. El objetivo, respaldado también por el Consejo de Europa en la carta de Lisboa, es construir unas relaciones internacionales, o puede que también sólo en regiones diferentes.

Cada una de estas acciones se puede agrupar en subconjuntos, que sintetizan las especificidades: por tanto, habrán acciones relacionadas con la calidad (COC, CGL, CPC), relacionadas con el desarrollo (DEM, DTL), con el atractivo (AEE, ATE), con las relaciones sociales (GNS, CFC, PAC) y por último con el networking (CNL, CNE).

Las acciones se relacionan con los diversos tipos de capital presentes en el territorio, entendiendo por capital cualquier recurso que sea acumulable y necesario para la producción de otros bienes. Los resultados de estas políticas se deben traducir después en la producción/acumulación de un tipo específico de capital, de naturaleza tangible o intangible, que constituya a todos los efectos el depósito del valor producido por el territorio. Como resumen, se pueden identificar cinco tipos de capital, entre los que distinguimos los propiamente pertenecientes a la economía material y los que son propios de la economía inmaterial: capital natural, capital físico, capital humano, capital social y capital simbólico.

El desarrollo económico de un sistema comporta una combinación creativa de los cinco tipos de capital. El sentido del proyecto estratégico reside en individualizar las características de la variedad más apropiada para un contexto territorial y en preparar las condiciones que per-

mitirán que tales combinaciones salgan de la sinergia entre las conductas y las elecciones de los diversos protagonistas territoriales.

Es sobre la base de este sistema conceptual que atesora las experiencias más interesantes llevadas a cabo en estos años en un contexto internacional, sobre la que se define hoy una estrategia de desarrollo de las industrias creativas y de los mecanismos locales culturales.

Políticas de actuación

Desde el momento en que cada sistema local puede dar lugar a diversas combinaciones de los canales a lo largo de los cuales se manifiestan los efectos sistémicos de un distrito cultural sistémico (identificados en la localización del talento y de la nueva clase creativa, en la orientación hacia la innovación y en la capacitación) para poder discutir sobre los posibles factores de sinergia social, económica y cultural, es preciso en primer lugar partir de una precisa elección estratégica referente al canal más relevante por lo que respecta a la primera actuación a llevar a cabo en el sistema a corto plazo.

Por consiguiente, después de haber adquirido una opción estratégica de fondo como punto de partida, pero a sabiendas de que el distrito cultural sistémico debe presentarse como el resultado de una combinación de más factores, el siguiente paso a dar es “interceptar” los ámbitos de actuación en los que intervenir estableciendo una jerarquía de orden temporal.

Recordemos que existe un campo potencial de posibles dimensiones de bienestar y de crecimiento del distrito en el que los cinco tipos distintos de capital (activo) que componen el desarrollo económico se acumulan por medio de las doce acciones

distintas que lo interrelacionan. Dichas acciones se pueden referir al sistema ya sea por poner de manifiesto un status quo que como políticas de actuación: a su vez los tipos de actuación hacen referencia a dos grandes categorías, entre ellas complementarias: la optimización del status quo y la solicitud de innovación al sistema (entendidas como actuaciones de tipo proactivo).

Por tanto, en general, es necesario que a corto plazo el distrito cumpla con las condiciones y ponga en marcha sus competencias, reservando para las políticas a largo y medio plazo la tarea de actuar sobre las lagunas estructurales que impiden que se desarrollen formas más complejas y evolucionadas de integración entre la producción cultural y los otros sectores productivos del territorio, que le impiden convertirse en un destino deseado por las elecciones locales y naturales de los sectores económicos posindustriales y de aquellas que en dichos sectores producen y crean valores.

Por ejemplo, la recuperación de los inmuebles públicos y privados que están cerrados, que hoy están abandonados o son el lugar donde albergar iniciativas improvisadas, puede constituir una oportunidad para no perder tampoco en el proceso fundamental de individualización y desarrollo de polos de atracción cultural territoriales. En particular, se va a llevar a cabo una “situación” estratégica de los potenciales recintos culturales que no se utilizan, determinando las prioridades de recuperación de acuerdo con los perfiles de especialización de las diversas zonas del territorio y de la efectiva disponibilidad de los mismos, así como los medios financieros actuales o futuros. No es por casualidad que el término arqueología industrial se esté sustituyendo progresivamente por

el de “enajenación creativa” en el que los lugares, también marginales, de ámbitos urbanos o no se configuran como espacios en los que se ofrecen experiencias culturales y nuevas modalidades de deleite y de

acceso a la comunidad, además de ser el lugar donde se llevará a cabo la actividad productiva relacionada con el sector de las industrias creativas, con funciones de verdadera incubadora de empresas. ♦

Bibliografía

- BECATTINI, G., 2000a *Il distretto industriale*, Rosenberg & Selleir, Turín.
- BECATTINI, G., 2000b, *Dal distretto industriale allo sviluppo locale. Svolgimento e difesa di un'idea*, Bollati Boringhieri, Turín.
- BERNARDI, L., 2000, *Indagine sui musei veneti 1998-99*, Región del Veneto.
- BERTUGLIA, C. S., BIANCHI G. y MELA, A. (eds.), *The city and its sciences*, Phisica-Verlag, Heidelberg, 1998.
- BIANCHINI, F. y PARKINSON, M. (eds) 1993, *Cultural Policy and Urban Regeneration: The West European Experience*, Manchester University Press, Manchester. City of Montreal, 1996, *Profil socio-économique de l'arrondissement Villeray Saint Michel-Park Extension*, Montreal.
- COSTA, A., VAN DER BORG, L., 2002 *Cluster di attività e trasformazioni metropolitane post-industriali*, Il Mulino, Bologna, 2002.
- DCMS, 2004, *Sustainable Development Strategy*, Londres.
- EVERINGHAM, C., 2003, *Social Justice and the Politics of Community*, Ashgate, Londres.
- FLORIDA, R., 2002, *The Rise of the Creative Class*, Basic Books, Nueva York.
- GRAZI, F., J. C. J. M. van den BERGH, y P. Rietveld. 2007. *Spatial welfare economics versus ecological foot print: Modeling agglomeration, externalities, and trade*, Environmental and Resource Economics (en proceso de edición).
- GREENHALGH, L., 1998, “From Arts Policy to Creative Economy”, *Media International*, Australia, 87, 29-46.
- LANDRY, C., GREENE, L., MATA-RASSO, F. y BIANCHINI, F. 1996, *The Art of Urban Regeneration: Urban Renewal Through Cultural Activity*, Comedia, Stroud.
- MAGNAGHI, A., 2000, *Il progetto locale*, Bollati Boringhieri, Turín
- MATARASSO, F., 1997, *Use or Ornament: The Social Impact of Participation in the Arts*, Comedia, Stroud.
- PORTER, M. E., 1990 *The Competitive Advantage of Nations*, The Free Press, Nueva York.
- PORTER, M. E., 2003, “Building the Microeconomic Foundation of Prosperity: Findings from the Microeconomic Competitiveness Index”, in the *Global Competitiveness Report 2002-2003*, World Economic Forum, Harvard University Press, Cambridge (Mass.).
- ROODHOUSE, S., 2006. *Cultural Quarters: Principles and Practice*. Intellect, Bristol, UK.
- RULLANI, E., 2004, *Economia della conoscenza. Creatività e valore nel capitalismo delle reti*, Carocci, Roma.

- SACCO, P. L., 1991, *Correlazione e razionalità in presenza di incertezza sistematica: un modello di contrattazione relazionale sul mercato del lavoro*, Rivista di Politica Economica, 81, 37-49.
- SACCO, P. L., 2002a, “La cultura come risorsa economica per lo sviluppo locale”, *La nuova città* 8 (2/3), 79-87.
- SACCO, P. L., 2002b, “Cultura, produzione di senso e benessere economico”, in Trimarchi M. (ed.), *Il finanziamento delle associazioni culturali ed educative*, ed- Il Mulino, Bologna.
- SACCO, P. L., FERILLI, G., PEDRINI, S., 2008. ‘System-Wide Cultural Districts: An Introduction from the Italian Viewpoint’. Working Paper, Department of Art and Industrial Design, IUAV University, Venecia.
- SACCO, P. L., TAVANO BLESSI, G., NUCCIO, M., 2007, “Culture as an Engine of Local Development Processes: System-Wide Cultural Districts”, mimeo, IUAV University, Venecia.
- SACCO, P. L., VIVIANI, M., 2003, “Scarsità, benessere, libertà nel contesto dell’economia dell’identità”, *Istituzioni e Sviluppo Economico*, 1, 2003, 5-41.
- SACCO, P. L., ZARRI, L., 2004, “Cultura, promozione della libertà positiva e integrazione sociale”, *Economia della Cultura*, 4, 499-507.
- SANTAGATA, W., 2003 ‘Cultural districts and economic development’, mimeo, EBLA Center, Università di Torino.
- SEASSARO, L., 2002, ‘Mutamento sociale e centri storici’, *Urbanistica Informazioni*, n. 177, Rivista del dipartimento di Studi Urbani, Università Roma Tre, Roma.
- SEN, A., 1999, *Development as Freedom*, Oxford University Press, Oxford.
- SEN, A., 2003, ‘Development as capability expansion’, foreword in Fukuda-Parr S. and Shiva Kumar A. K. (eds.), *Readings in Human Development. Concepts, Measures and Policies for a Human Development Paradigm*, Oxford University Press, Oxford.
- STEVENSON, D., 1998, *Agendas in Place: Cultural Planning for Cities and Region*, RESRC, Central Queensland University Press, Rockhampton.
- THROSBY, D., 1999, “Cultural capital”, *Journal of Cultural Economics*, 23, 3-12.
- THROSBY, D., 2001, *Economics and culture*, Cambridge University Press, Cambridge.
- VALENTINO, P., 2003, *Le trame del territorio. Politiche di sviluppo dei sistemi territoriali e distretti culturali*, Sperling & Kupfer, Milán.
- VAN DEN BERG, L., 1982 *Urban Europe, a study of growth and decline*, Pergamon, Oxford.

Este artículo fue publicado en el volumen 1 de la Colección Ciudades Creativas (2009) de Fundación Kreanta correspondiente a las I Jornadas sobre Ciudades Creativas organizadas por la Fundación Kreanta los días 26 y 27 de noviembre de 2008, en Sitges (Barcelona).