
Las industrias creativas y culturales: una historia crítica

La época de las industrias culturales y creativas, que podríamos datar en 1997, combinaba muchos planteamientos culturales diferentes en torno a la urgente llamada a reconocer una nueva ‘realidad que estaba ahí’, que representaba el futuro, el cambio, la renovación y la revitalización de la economía. Sin embargo, esa energía transformadora fue erosionándose por ciertos factores que quizás rebajaron sus expectativas iniciales. Entre ellos podemos citar su *absorción* por el desarrollo inmobiliario, su propia capacidad para integrarse con rapidez en los nuevos desafíos digitales y mediáticos, así como la escasez de recursos intelectuales y financieros que la mayoría de los gobiernos municipales ponen en su desarrollo. En este artículo se sigue la pista a las complejas y contestadas narrativas sobre las industrias ‘culturales y/o creativas’, para tratar de establecer, si no lo que son ‘en sí mismas’, al menos por qué son una apuesta política que merece el esfuerzo. Es decir, cómo llegaron a ser ‘motivos de preocupación’ y qué clase de nueva preocupación pueden ser ahora.

Kultura- eta sorkuntza-industrien garaia 1997an hasi zela esan dezakegu. Bada, garai hartan, hainbat kultura-planteamendu nahasten ziren ‘bertan zegoen errealtate’ berri bat aintzatesteko premiazko deiaren inguruan, etorkizuna, aldaketa, berritzea eta ekonomia suspertzea azaltzen zuela errealtate berri horrek. Hala eta guztiz ere, energia eraldatzaile hori apalduz joan zen, hasierako itxaropenak agian txikiagotu egin zituzten zenbait faktoreren ondorioz. Honako faktore hauek aipa daitezke, besteak beste: higiezinaren garapenak xurgatu izana, erronka digital berrietan eta komunikabideen erronka berrietan bizkor integratzeko duen gaitasuna eta udal-gobernu gehienek hori garatzeko erabiltzen dituzten adimen- eta finantza-baliabide urriak. Artikulu honek hurbiletik aztertu dira ‘kultura- eta/edo sorkuntza-industriei’ buruzko teoria konplexu eta eztabaidatuak, ahalegina merezi duten apustu politikoa zergatik diren ezartzen saiatzeko, ‘berez’ zer diren ezartzen saiatu beharrean. Hau da, jakin nahi dena da zergatik izan ziren ‘kezka’ eta nolako kezka berria izan daitezkeen gaur egun.

The era of the cultural and creative industries, which can be said to date from 1997, brought together many different approaches to culture around an urgent call for recognition of a new reality that was «out there» and that represented the future, change, renewal and the revitalisation of the economy. However that energy for change was gradually eroded by a number of factors that reduced their initial expectations. Those factors included absorption by real-estate development, their own ability to integrate rapidly into new digital, media challenges and the scant intellectual and financial resources earmarked by most local authorities for their development. This article tracks the complex, disputed accounts of the «cultural and/or creative» industries and seeks to establish if not what they actually are at least why they are worthwhile in terms of political effort, i.e. how they came to be a «cause for concern», and what type of new concern they may now have become.

Índice

1. Introducción
2. Antecedentes
3. El valor de la cultura
4. Valor de uso y valor de cambio
5. La nueva economía cultural y creativa
6. Industria creativa o nueva industria cultural
7. Conclusiones

Referencias bibliográficas

Palabras clave: valor de la cultura, valor de uso, valor de cambio.

Keywords: cultural value, use-value, exchange-value.

Nº de clasificación JEL: Z11, Z13.

1. INTRODUCCIÓN

El enfoque de las industrias culturales o creativas tiende a adoptar dos formas. Una de ellas identifica una serie de instituciones y actividades (un 'sector' o una 'industria') que en cierto modo exigen nuestra atención y a menudo se nos aparecen situadas contra el fondo de una posición previamente marginal. La segunda adopta una perspectiva más 'constructivista', destacando un proceso activo mediante el cual un objeto se crea o ensambla por el discurso de las políticas. Quienes asumen el primer planteamiento tienden a estar 'a favor' de este nuevo sector, instándonos a reconocerlo y a responder a él; los que adoptan el segundo suelen ser más circunspectos, identificando en sus procesos de construcción una serie de iniciativas políticas que no pueden ser bien recibidas en bloque. Sería tentador identificar esta divergencia con la que existe entre los políticos (faltos de sentido crítico) y el mundo académico (crítico), como se ha hecho en un reciente trabajo (Anheier e Isar, 2011). Sin embargo, ello supondría ignorar que en ambos grupos hay quienes muestran su apoyo y otros, en cambio, su reserva. Esta contraposición también hace alusión a cierta separación igualmente ilegítima entre acción positiva y comentario crítico. También existen 'activistas' y 'críticos' en ambos bandos.

Examinando cuarenta años de escritos políticos y académicos (y de hecho ‘activistas’) sobre este tema, resulta evidente que estos dos enfoques no son mutuamente excluyentes; representan diferentes narrativas o tropos retóricos que han sido utilizados (a menudo por la misma persona) en diferentes situaciones. La primera sitúa a las industrias creativas o culturales como heraldos o catalizadores de algo nuevo, ‘que está ahí’, que exige reconocimiento, investigación y promoción; algo que señala hacia lo real, lo urgente, lo emocionante. La segunda aproximación no critica las actividades hacia las que apunta el concepto (una posición adoptada por conservadores culturales, por cierta clase de marxismo o por escépticos económicos de la ortodoxia económica) sino las formas en que éstas han sido conformadas, nombradas, tal vez apropiadas por diferentes opciones políticas. Resulta por lo tanto interesante comparar estos enfoques. Así en un extremo podemos ver intentos puramente empíricos de definir y delimitar el sector, por lo general de forma estadística, sobre todo para precisar y establecer su ‘valor’. En el otro extremo, el término se convierte en un ‘significante vacío’, una apuesta en el juego entre intereses conflictivos que dejen aportar el contenido que mejor se adapte a sus objetivos. En este caso se puede ser un agnóstico ‘desinteresado’ en lo que respecta al término, o verlo como un mero síntoma (o máscara) de una tendencia más profunda (como ‘intelectualmente empobrecedora’, o ‘globalización’, o ‘neo-liberalismo’ o ‘precariedad’).

Sin embargo esto supondría tildar de realistas ingenuos a quienes hablan de un sector emergente catalizador y de reflexivos y críticos a los constructivistas. Inevitablemente hay algo de ello en el proceso de pasar de presencia inmediata a una realidad mediada, algo compleja y tal vez contradictoria. Pero más que quedarnos con un simple paso de ‘inocentón’ a ‘mundano’ o el desenmascaramiento del error o la ilusión, podemos seguir a Jameson (en el diferente contexto de ‘realismo/modernismo’) y considerar «la jugada» como una especie de espesamiento dialéctico, o poner el primer concepto ‘realista’ ‘bajo tachadura’¹, de algún modo copresente con el concepto ‘constructivista’ (Jameson, 2002). O también, siguiendo a Latour (2004), podríamos decir que nuestra tarea no es tanto el socavamiento iconoclasta de ‘cuestiones prácticas’ inmediatas (exposición de naturalidad ilusoria, revelación de una causalidad ‘invisible’ más profunda) cuanto el intento de profundizar en la comprensión de ‘cuestiones preocupantes’. Por ejemplo, salta a la vista en el constante vaivén terminológico de ‘cultural y creativo’ que nuestra preocupación aquí implica algo más que simplemente un nuevo sector que ‘esta ahí fuera’, que debe ser ‘concretado’ por otra definición definitiva. Y sin embargo, es innegable que algo nuevo ha requerido nuestra atención —se ha convertido en un motivo de preocupación—

¹ *Under erasure* o *sous rature*: concepto filosófico desarrollado originalmente por Martin Heidegger. Traducido normalmente como ‘bajo tachadura’, implica el tachado de una palabra en un texto, aunque permitiendo que siga siendo legible. Ampliamente utilizado por Jacques Derrida, significa que una palabra es ‘inadecuada aunque necesaria’ y que un significante en concreto no es del todo adecuado para el concepto que representa pero debe ser utilizado ya que las limitaciones del lenguaje no permiten disponer de nada mejor.

en estos últimos cuarenta años: la ‘revolución digital’ nos proporciona el aviso más reciente (si es que todavía necesitamos alguno).

En este artículo seguiremos la pista a las complejas y contestadas narrativas sobre las industrias ‘culturales o creativas’, para tratar de establecer, si no lo que son ‘en sí mismas’, al menos por qué son una apuesta política que merece el esfuerzo. Es decir, cómo llegaron a ser ‘motivos de preocupación’ y qué clase de nueva preocupación pueden ser ahora.

2. ANTECEDENTES

Cuarenta años atrás nos encontrábamos a comienzos de la década de 1970, y fue entonces cuando las ‘industrias culturales’ empezaron a manifestarse como objeto de interés político y académico. Teniendo en cuenta que el mundo académico centró posteriormente su atención en las fricciones entre cultura y economía, debemos resaltar que, en aquella época, la cuestión relevante era la de cultura y política. O se puede decir más bien que la economía era concebida fundamentalmente en términos de clase o desigualdad social, lo cual procuraba diferencias de acceso a los medios – un problema para las teorías pluralistas liberales y para los conceptos social demócratas de ‘esfera pública’ difundidos en la influyente obra de Habermas. La relación entre cultura y política se volvería aún más estrecha a medida que el concepto de ‘ideología’ comenzaba a librarse de su tosco uso reduccionista en las batallas políticas de los años de la Guerra Fría, y a adquirir una serie de significados ‘culturales’ más complejos para explicar la pervivencia del ‘capitalismo’, el ‘status quo’, el ‘*establishment*’, etc. Fueron las consecuencias políticas de la ‘industria cultural’ las que más destacaron desde sus comienzos en los Estados Unidos de posguerra de la mano de Adorno y Horkheimer (1979). Para ellos, el término representaba la reducción definitiva del ámbito de la cultura a la lógica del capitalismo monopolista y, una de sus consecuencias, era que el control del trabajador se aplicaba también desde ahora a la esfera de la vida cotidiana. Dominado hasta ahora en el trabajo, el obrero era también programado durante sus horas de ocio mediante un entretenimiento de ‘respuesta condicionada’ que se limitaba a relajarle para devolverlo a la línea de montaje a la mañana siguiente. Esta tesis era equivocada aunque inevitablemente equiparada con la teoría de la ‘sociedad de masas’, con la crítica cultural conservadora antidemocrática y con un cierto tipo de ‘modernismo’ codificado; en 1970 representaba un trillado tropo académico y político.

El hecho de que las ‘industrias culturales’ aparecieran como una cuestión más positiva a finales de la década de 1970 no se debió a un ‘reconocimiento’ de la importancia económica de la cultura comercial. Se trató más bien del surgimiento de una nueva clase de espacio ‘político cultural’ dentro del que previamente había sido considerado por muchos miembros de la administración pública como una cursilería americanizada y degradada. Este nuevo espacio político cultural puede apreciarse claramente en el

influyente artículo de Girard escrito en 1980 para la UNESCO cuando era jefe de investigación del Ministerio de Cultura francés (Girard, 1982). Girard señala la existencia del enorme sector cultural comercial y hace un llamamiento urgente a las autoridades políticas para que tomen buena nota de él. Era el mismo llamamiento que el de los nuevos dirigentes laboristas del *Greater London Council* (GLC), elegidos en mayo de 1981 (Bianchini, 1987; Garnham, 1990)), y el que realizó ese mismo año Jack Lange, el nuevo ministro de Cultura de Mitterrand (Rigby, 1992; Loosely, 1995). Todos ellos coinciden en que la gran mayoría del consumo cultural tenía lugar ahora fuera del sector subvencionado; que el consumo de cultura comercial estaba creciendo a un ritmo extraordinario en todos los niveles sociales; que las formas culturales 'en directo' subvencionadas tradicionales eran económicamente incapaces (siguiendo a Baumol y Bowen, 1966) de satisfacer esta demanda; y por lo tanto, negarse a entrar en este sector comercial era elitista e irresponsable. Para ser eficaz, la política cultural tenía que relacionarse con este sector y debía hacerlo para poner coto a algunas de las 'tendencias más negativas' en su interior. Por consiguiente, Girard hacía un llamamiento a que se investigaran más las dimensiones y la dinámica del sector. Ya por entonces, tres cuestiones destacaban claramente.

En primer lugar, se había añadido una carga positiva al concepto de 'industria' como proyecto colectivo; la práctica artística individual tenía que establecerse dentro de una amplia gama de servicios profesionales, administrativos y comerciales. Hacía tiempo que esto ya venía sucediendo en los medios de comunicación de masas de Europa y Norteamérica. En Estados Unidos, la escuela de 'producción de cultura' había comenzado a investigar cómo se producía la 'cultura popular' y la 'alta cultura' dentro de complejos 'mundos artísticos' socio-económicos en los que el 'artista' ocupaba una posición relevante pero contingente (Hesmondhalgh, 2007). La obra de Bourdieu sobre producción y consumo cultural había comenzado a explorar un terreno similar en Francia. En Reino Unido, Williams, R. (1981) también se había interesado por las condiciones 'industriales' materiales de la producción cultural y sus trayectorias históricas. De hecho, un nuevo tipo de historia del arte rechazaba el concepto trascendental de los artistas y situaba al genio individual directamente en su contexto histórico y social (O'Connor, 2011). Este reconocimiento de la base social colectiva de la producción cultural proporcionó un sólido respaldo democrático al concepto de 'industria'.

Pero, en segundo lugar, esta industria también trataba sobre mercados y beneficios, lo cual planteaba cuestiones difíciles a los políticos de la cultura. Estas cuestiones fueron claramente esbozadas a mediados de la década de 1980 por Mieke, B. (1979; 1987; 1989) y Garnham, N. (1990), académicos ambos cercanos a las políticas socialdemócratas de Jack Lange y el GLC. En discrepancia con Adorno y Horkheimer, tenían una concepción mucho más específica de las industrias culturales, no tanto como *ideología* capitalista sino como *industrias* capitalistas dedicadas a producir artículos culturales a cambio de un beneficio. En contraste con la monolítica 'in-

dustria de la cultura' y haciéndose eco de hallazgos similares de la escuela de 'producción cultural', identificaron un grupo mucho más fragmentado y dispar de industrias culturales. En su búsqueda de mercados, sus productos podían rebasar las ideologías políticas explícitas del Estado; su necesidad de obtener un beneficio exigía cierto grado de innovación y no limitarse a repetir fórmulas; y su éxito en obtener beneficio del valor de cambio de los productos culturales estaba relacionado, en parte al menos, con la capacidad de dichos productos de proporcionar 'valor de uso' a sus consumidores. Esto propició un espacio cultural más contradictorio y también introdujo esas 'tendencias negativas' de las que hablaba Girard entre las que se incluían la concentración, el monopolio, la propiedad cruzada, la integración vertical, los niveles crecientes de capitalización, etc. Girard también había señalado los 'desequilibrios' internacionales, anticipando posteriores tendencias de la globalización. Por último, estaba la postura de los artistas. Los artistas (o trabajadores/profesionales creativos como se les estaba llamando) no habían sido absorbidos en ninguna fábrica cultural taylorista, como Adorno había predicho, sino que seguían siendo en gran medida trabajadores por cuenta propia. Para Mieke y Garnham, la continuada independencia del artista no era un vestigio de su pasado bohemio (como sugería Girard) sino algo esencial para la rentabilidad de las industrias culturales, además de I+D gratuita, un 'ejército de reserva de desempleados', personal flexible, etc.

En tercer lugar, junto a estas tendencias negativas, podemos ver en este momento de las industrias culturales una apropiación más positiva de nuevas tecnologías de producción, reproducción y distribución. Se apreciaba una fuerte sensación de modernidad democrática, en ruptura con la 'crítica cultural' anti-tecnológica heideggeriana, así como con la estética formalista de la ortodoxia modernista de posguerra. La década de 1980 presenció un redescubrimiento de la temática del modernismo izquierdista de entre-guerras, que había hecho suya la futura promesa ofrecida por las formas y tecnologías de la cultura de masas americana y la de cosecha propia. Se trató de una reapropiación claramente facilitada por las energías liberadas de las nuevas formas de cultura popular que habían florecido desde los años sesenta. El abrazo de industria y tecnología estuvo necesariamente acompañado de una revalorización del mercado. Lo que contaba aquí claramente no era la simple producción 'colectiva' y reproducción/distribución tecnológica, sino su organización fuera del control y la subvención estatal, es decir, en el mercado.

Por lo tanto, a principios de la década de 1980, los políticos en las áreas de cultura con tendencias izquierdistas abogaron por los mercados y la tecnología, ámbitos ambos que anteriormente habían sido considerados el límite entre arte y cultura comercial. ¿Podemos considerarlo como el primer rechazo de esa oposición 'elitista' de artes / industria o cultura / capitalismo que muchos reivindican para las 'industrias creativas'? En alguna medida lo es. La idea de un arte/artista trascendental no contaminado por el comercio y ajeno al mundo de las máquinas ha sido sistemáticamente socavada. Igualmente, la política socialdemócrata estaba ahora mucho más

abierta a la idea de los mercados y mucho más recelosa con el Estado. Garnham (1990), por ejemplo, fue explícito en su afirmación de que el mercado era crucial para una política cultural democrática moderna; ¿de qué otro modo se podría regular la producción y demanda de cultura? Después de todo, ¿cómo podía alguien aceptar la cultura comercial sin aceptar de algún modo el comercio?

Pero había algunos elementos clave que lo señalan como un momento muy diferente de la situación de las industrias creativas de finales de 1990. En primer lugar, aunque se adoptaron los elementos económicos como dimensión crucial de la política cultural, la concepción general era de contribución a una cultura más democrática más que a la 'economía' *per se*. El llamamiento de Girard a que se hiciera más investigación económica era para que ésta sirviera de guía en las intervenciones. La introducción de conceptos económicos como 'cadena de valor', así como los estudios sobre estadísticas laborales y tendencias de la industria en este periodo, tenía como objetivo asegurar los fines políticos en cultura. En segundo lugar, estas herramientas y conceptos económicos eran indispensables para corregir 'tendencias negativas' —cuestiones de monopolio, explotación, dominio internacional, etc. Estaban ahí para protegerse contra el fallo del mercado —no el fallo en lograr el éxito comercial, como sucedió, sino los fallos intrínsecos al mecanismo del mercado *per se*. Tercero, aunque se aceptaban los mercados, se trataba de mercados redefinidos—no el mercado abstracto neo-clásico de opciones racionales entre oferta y demanda, sino uno que incluía prácticas socioculturales. Formaban parte de una economía mixta, no tanto el modelo keynesiano *commanding heights* (puestos de mando) de los años cincuenta sino uno que había surgido de una década de democracia de base y movimientos sociales urbanos, por el rápido declive del prestigio político del Estado y las incipientes energías del post-fordismo. Como veremos, este planteamiento funcionó mucho mejor localmente que es donde se desarrollaron algunas de las principales facetas de las políticas de las industrias culturales. Examinando las energías y esperanzas puestas en las industrias culturales por muchos actores de la política local a finales de la década de 1980, podemos ver en esta aceptación de los mercados y de la tecnología para una nueva cultura urbana democrática, una reinención, un último intento de revitalizar las grandes modernizaciones socialdemócratas y de hecho socialistas de los años veinte y treinta del siglo pasado, antes de que desapareciera del horizonte el proyecto emancipador de la Cultura.

3. EL «VALOR» DE LA CULTURA

Las intervenciones en las industrias culturales exigen contar con información sobre la estructura y dinámica del sector —como se recoge ahora de forma rutinaria por gobiernos, agencias internacionales, asesores políticos y economistas mediáticos y culturales. La obra de Miede y Garnham fue pionera en ese sentido aunque también daba paso a otra área aparentemente periférica que todavía iba a producir algunos cambios

conceptuales fundamentales. Al provenir ambos de la escuela marxista, estaban interesados en comprender las industrias culturales en términos de la oposición clásica valor de uso y valor de cambio. Se producía una plusvalía cuando al trabajador se le pagaba por su trabajo menos del precio al que se vendían en el mercado los productos por él fabricados. Esta diferencia —para el capitalista así como para Marx el economista— podía predecirse más o menos sobre la base del «tiempo socialmente necesario» para producir un cierto valor de uso. El problema era que el valor de uso de los productos culturales era extremadamente difícil de establecer, sujeto como estaba a elevados niveles de contingencia y novedad. Igualmente, el tiempo de trabajo que acompañaba al producto cultural parecía (en el mejor de los casos) sólo tangencialmente relacionado con el precio final del producto. Un auténtica fuente de problemas para economistas y teóricos culturales ‘post-industriales’.

También hacía pensar más directamente en que las industrias culturales se enfrentaban a un modelo de negocio muy difícil. En primer lugar, no había forma de predecir el valor de uso o el valor de cambio por anticipado, cómo podía el primero dar como resultado el segundo, y la frecuente disyunción entre ambos. Segundo, existía la tendencia hacia la rápida obsolescencia de los productos culturales y a su conversión en bienes públicos (la ventana de la comercialización podía ser muy estrecha). Tercero, la mano de obra requerida para producirlas era extremadamente difícil de gestionar (de ahí las características de la mano de obra artística observadas arriba). Miede y Garnham señalaron ambos diversas dimensiones de este problema y algunas de las soluciones adoptadas para superarlas. Estas, fueron presentadas de forma más ‘neoclásica’ por Caves (2000). Lo que sugerían estos relatos era que las industrias culturales operaban de forma muy diferente a los modelos de la teoría y la práctica empresarial dominante. A finales de la década de 1980 y comienzos de la de 1990, esta diferencia podía servir como señal de que las industrias culturales anunciaban una nueva economía, en la que la esfera cultural tendría cada vez mayor importancia. Ello estimuló una coalición heterogénea, aunque llena de confianza, compuesta de creativos, diversos intermediarios políticos, académicos y administradores que consideraron el reconocimiento de la importancia política del sector un hito, el de la afirmación de la posición y papel esencial de la cultura en la sociedad contemporánea.

Otro aspecto crucial de la pareja valor de uso / valor de cambio implicaba esa crítica fundamental del modelo de la Escuela de Frankfurt antes citado: que la ‘industria cultural’ tiene que proporcionar algún valor de uso a su público para generar un valor de cambio. Ello identificaba un espacio para el ‘auténtico’ valor cultural en el corazón de la cultura comercial; pero al mismo tiempo estaba sujeto a distorsión por la lógica del beneficio (cf. Ryan B., 1992, para un tratamiento exhaustivo de la cuestión). Esta dialéctica de uso/cambio, valor cultural/beneficio y sus múltiples puntos de fricción y contradicción, proporcionaron abundante margen para explorar la dinámica de la producción cultural contemporánea —cómo se combinan el *input* creativo, la producción y gestión creativas, los estudios de mercado, la conta-

bilidad financiera, etc., en un proceso colectivo complejo, fluido y en conflicto. Esta dialéctica operaba dentro de grandes entidades corporativas (el principal centro de atención de Miede y también de Williams) hacia cuyo crecimiento en potencia y concentración apuntaban alarmados tanto estos autores como otros. Pero la estrategia de las industrias culturales del GLC estaba basada en un reconocimiento de que las grandes corporaciones controlaban la distribución y, por lo tanto, el acceso al mercado, de ahí su poder sobre los productores culturales locales independientes. La dialéctica cultura/beneficio era de ese modo reproducida en todo un sector. De hecho, la extensión de esta dialéctica, tanto a escala global como dentro de los densos y localizados ecosistemas de *clusters* creativos, había sido una de las líneas de investigación en la última década. Comprender cómo se genera el beneficio dentro y a través de estos complejos niveles espaciales ha resultado más sencillo, sin embargo, que desarrollar herramientas de políticas para contrarrestar estas tendencias negativas.

4. VALOR DE USO Y VALOR DE CAMBIO

La cuestión del valor de uso/cambio suscita por lo tanto algunas cuestiones fundamentales para cualquier política cultural que pretenda comprometerse con la cultura comercialmente producida: ¿qué constituye su valor de uso y cómo puede ser distinguido del valor de cambio? Para contestarlo tenemos que dar un ligero rodeo y situar la cuestión dentro del desplazamiento, a partir de 1970 en adelante, de una 'política de las artes' a una 'política cultural'. Esto suele presentarse habitualmente como el cambio de una concepción 'estrecha' a una concepción 'amplia' de la cultura. En la tradición anglófona marxista se suele invocar aquí la famosa frase de Williams de que «la cultura no es nada excepcional o fuera de lo común» (1958/1997), y que evidentemente el cambio debe mucho al aumento de los estudios culturales desde finales de la década de 1950. En Francia se relaciona más con la obra de Henri Lefebvre sobre la 'vida cotidiana', crucialmente ampliada por Bourdieu y de Certeau en los años sesenta y setenta (Ahearne, 2004). En general, el cambio se asocia con la intensificación de la democracia – del interés socialdemócrata de posguerra por ampliar el 'acceso a las artes' a una 'democracia cultural' más participativa e interactiva. No se puede negar el fuerte contenido democrático de dicho cambio pero resulta útil analizar aquí un tema central de esta narrativa, la que vincula el 'elitismo' del arte a su separación de la 'vida'.

Los cargos contra la irresponsabilidad social del arte, elitismo, individualismo solipsista, falta de preocupación por el mundo real, etc. son antiguos en todo el espectro político y se han visto exacerbados por las tendencias formalistas dentro del postmodernismo. Los potentes ataques del movimiento de las artes comunitarias —y de los nuevos movimientos sociales urbanos del que formaban parte (Castells, 1983; Bianchini y Parkinson, 1993; Mayer, 2006)— contra el 'establishment artístico' revivieron temas de un antiguo modernismo de izquierdas, pero también coincidían con un desafío filosófico y sociológico más fundamental que la familiar crítica

del ‘arte por el arte’. Este desafío sostenía que la pretensión originaria de la estética occidental desde el siglo XVIII, de que proporcionaba acceso a cierta ‘verdad’ era profundamente ideológica (cf. O’Connor, 2011, para una ampliación del tema). Esta función ideológica fue sistemáticamente analizada por Bourdieu en *La Distinción* (1974), obra que más que ninguna otra ‘desacreditación’ posterior, establecía la ecuación de arte y elitismo (Bourdieu, 1986). Bourdieu sostenía que el ‘desinterés’ que Kant vio como la característica definitoria de la recepción estética y que a través de Schiller iba a convertirse en la base para la ‘autonomía’ del arte, era la expresión de un *habitus*² burgués emergente. Es decir, basaba la ‘correcta’ capacidad para apreciar el arte en las facultades ‘más elevadas’ que estaban libres de la necesidad o el deseo. La clase trabajadora quedaba por lo tanto excluida por su sujeción a las bajas pasiones y por su necesidad de trabajar. La necesidad que tiene el arte de autonomía y las facultades requeridas para apreciar la ‘libre interacción’ que constituye su núcleo tenían que ver por lo tanto con prácticas de distinción y dominio social.

Este relato plantea enormes problemas que no podemos solucionar aquí; lo importante es cómo se utilizó en la política cultural. En la política cultural con inclinaciones izquierdistas sugería que el trabajo autosuficiente y separado del arte necesitaba ocupar ahora su lugar en un contexto social más amplio, en la ‘vida cotidiana’. Al mismo tiempo, necesitaba reconocer sus condiciones materiales de producción, su relación con la ‘economía’. Al hacerlo, su ‘desinterés’ apolíneo daría lugar al abrazo dionisiaco de los bajos deseos e intereses, el negocio de las exigencias políticas, el desorden del mercado, y la «indisciplina» de la cultura popular contemporánea. Sin embargo, la autonomía del arte no se mantiene a expensas de la ‘vida’, del mundo ‘caído’ sino contra la *cultura*, una cultura que ve como meramente convencional, caduca, cosificada, devaluada. Ranciere (2009) ha sostenido de modo convincente que la caracterización del ‘arte estético’ como algo separado de la vida es incorrecta y, que al contrario, su historia a lo largo de los últimos doscientos años muestra una disolución constante de las fronteras entre arte y vida establecidas por prácticas artísticas pre-modernas. Jameson (2002) también señala los intercambios constantes, sistemáticos y a menudo agonísticos entre ‘arte’ y ‘vida’ en la era moderna. La autonomía que reivindica el arte tiene una fuerza transgresora y perjudicial utilizada no contra la ‘vida’ sino contra las formas de cultura fijas y convencionales que actúan de mediadoras. En este sentido es el arte, no la ‘cultura’ el que afirma la heterogeneidad radical de su ámbito de actividad contra los lenguajes conceptuales y administrativos de la economía, la política, la ley, etc.

Esto puede ser claramente apreciado en dos áreas cruciales de la elaboración de políticas culturales de posguerra. Por un lado, tenemos un arte que se había convertido en una representación y ejemplificación privilegiadas de la identidad cultural

² *Habitus*: es uno de los conceptos centrales de la teoría sociológica de Pierre Bourdieu. Por tal podemos entender esquemas de obrar, pensar y sentir asociados a la posición social.

nacional. Por otro, tenemos un 'arte autónomo' cuya relación hacia dicha identidad nacional (o al menos sus expresiones culturales convencionales) era frecuentemente ambivalente, si no antagonista. Estos dos elementos estaban altamente desarticulados, como lo demostraron los años de entreguerras, del 'arte autónomo' (más o menos equiparado con el modernismo) suprimido por los regímenes totalitarios y de derechas. La política cultural después de la Segunda Guerra Mundial fue un intento de socialdemocratización de esta herencia cultural nacional. La decisión de subvencionar las artes no se tomó solamente para sacar al arte de la suciedad del mercado (aunque, evidentemente, si ya estabas en el mercado, quedabas descalificado para que te sacaran) sino para evitar que el arte se convirtiera en dominio exclusivo de los ricos. De ahí la crucial relación con la expansión de la educación, los museos públicos, bibliotecas, etc. Al mismo tiempo, la promoción de un nuevo canon de arte moderno (cada vez más internacionalizado en el contexto de la Guerra Fría y del plan Marshall) implicaba una serie de valores mucho más degradados que el humanismo convencional de un 'patrimonio artístico común' evocado por escritores como Andre Malraux (Cf. Su obra de 1951 *Voces del Silencio*). Estos valores incluían una experimentación radical y anárquica; un interés por las exigencias formales del medio artístico; un evitar el contenido humanista 'edificante' (y de hecho el contenido *per se*); un rechazo de las convenciones éticas y sociales y la negativa a colocar su trabajo bajo fundamentos políticos y económicos explícitos.

El paso de 'arte' a 'cultura' podría ser visto, por lo tanto, como el ensanchamiento de un arte autónomo y elitista para unirse a las realidades terrenas y turbulentas de la 'cultura ordinaria'. Pero, debe quedar claro, que este ensanchamiento fue también una migración. Implicaba la introducción de los temas de 'arte autónomo', que Boltanski y Chiapello (2005) denominaban la 'crítica artística del capitalismo', en la política de la 'nueva izquierda', con el resultado de nuevas clases de demandas y aspiraciones culturales. Podemos ver una transferencia de muchos de los temas del modernismo que se alejan del 'arte elevado' y desembocan en la 'cultura'; en los movimientos artísticos comunitarios radicales recuperando el modernismo de izquierdas; en los movimientos sociales urbanos estableciendo nuevas formas de espacios y organizaciones; en las vanguardias artísticas operando en la periferia de la cultura popular (y viceversa); en la transformación y expansión de la educación superior y el crecimiento de la teoría cultural radical en su seno: en todo ello podemos ver no sólo la culturización del arte sino también la 'estetización' de la cultura. Aquí está la fuente de esa urgencia por un nuevo 'ahí fuera', una transformación rápida y volátil de las prácticas del arte y la cultura 'cotidiana'. El significante 'industrias culturales' era una vía para que los políticos asimilaran ese 'ahí fuera' desconocido.

A la luz de lo anterior podemos decir que el valor de uso representa ese momento de autonomía en el núcleo mismo de la forma de producto cultural. Ya no está ligado directamente con la centralidad determinante del artista individual autónomo sino que es un proceso más complejo, iterativo y de colaboración, establecido dentro de

culturas o *ethos* organizativos específicos. Por lo tanto, la relación dialéctica del valor de uso con el valor de cambio no debe considerarse como una guerra constante entre valor cultural y financiero (aunque pueda parecerlo); ninguno de ellos son valores conocidos (son más unos ‘desconocidos conocidos’) y la capacidad de asignar dicho valor (provisional) está distribuida (desigualmente) y rebatida en todo el proyecto colectivo. La autonomía del valor de uso cultural no se afirma contra el valor de cambio *per se* (los ingresos así como mucha estima profesional provienen del mercado) sino en diferentes puntos dentro del contexto específico ético, político y estético, dentro del cual se genera ese beneficio. El valor de cambio es también un mediador clave entre la autonomía cultural de los productores y la recepción del público. Este último, como lo ha demostrado el planteamiento de ‘público activo’, tiene elevados niveles de autonomía con respecto a las intenciones y predicciones de valor de los productores: pueden rechazar, adaptar, ‘tergiversar’ una lectura pretendida de un producto de maneras bastante volátiles. Estas lecturas se realimentan a través de la compra (o falta de ella) y otros mecanismos formales (estudios de mercado) e informales (‘lo que se dice en la calle’), un proceso acelerado por el surgimiento de nuevas tecnologías de la información y la comunicación desde la década de 1980. Tenemos un ‘campo de producción cultural’ muy diferente del antiguo ‘mundo de las artes’ que todavía está por ser plenamente conceptualizado y, sobre todo, está pendiente de formar parte de la teoría de las políticas culturales. Pero lo que debe quedar claro es que no se trataba de un rechazo o marginación del arte autónomo a favor del ‘entretenimiento’ o de la ‘cultura popular’ sino de trasladar muchos de sus valores al interior de éstos.

Esto puede observarse en aquellos movimientos sociales urbanos y de artes comunitarias que formaron una oposición de ‘nueva izquierda’ a la política artística tradicional, con el resultado de nuevas formas de hacer política cultural en Europa (Bianchini y Parkinson, 1993), en el nuevo GLC y en coaliciones radicales de políticas culturales en Norteamérica, Australia y otros lugares. Las demandas en torno al ‘consumo colectivo’ se trasladaron al de la provisión pública de cultura, así como a un mayor control de base sobre los recursos. Dicha cultura extendida se convirtió en ‘estética’: más autónoma, opaca, refractiva, abrasiva con respecto a la cultura ‘dominante’. No se trataba de una simple reproducción de las formas de arte moderno ‘difícil’ sino que formaba parte de esa promesa transformativa de la ‘crítica artística del capitalismo’. Es decir, crítica que subrayaba no la injusticia social (aunque no la negaba) sino la incapacidad del capitalismo de satisfacer las exigencias humanas de una vida que tenga sentido como la prometida o personificada en la obra de arte autónoma. La llamada de Rimbaud a *changer la vie* podía verse en Joseph Beuys así como en las corrientes culturales del Punk y Post-Punk. Además, esta ‘crítica artística’ ya no estaba limitada a los artistas; aunque posteriormente se redujo al ‘estilo de vida bohemio’, en un principio aportó exigencias nuevas sobre el trabajo, nuevas actitudes ante la profesión, las convenciones sociales, el curso de la vida, etc. (Boltanski y Chiapello, 2005). Los centros urbanos sufrieron especialmente un cambio radical, cuando las demandas de una ‘vida más llena de sentido’ produjeron nuevas culturas de consumo y produc-

ción. Podemos ver como surge un nuevo *habitus*; nuevos medios culturales urbanos en los que se aprendían nuevas aspiraciones culturales, así como nuevas formas de habitar esas aspiraciones y de convertirlas en algún tipo de ingreso económico (Raban, 1974; Zukin, 1982). Fueron estas aspiraciones a una cultura democrática y significativa en común, unido a las posibilidades de un trabajo remunerado y positivo lo que dio al significativo industrias culturales una carga utópica entre activistas, académicos y políticos cuando entró en una época política muy diferente (O'Connor y Wynne, 1996).

5. LA NUEVA ECONOMÍA CULTURAL Y CREATIVA

Ha sido habitual presentar el ascenso de las industrias creativas o culturales dentro del ámbito político basándose en los argumentos económicos sobre la cultura. Se trata de una simplificación excesiva. En primer lugar, exagera la continuidad entre cualquier énfasis económico actual y el surgimiento de las industrias culturales en circunstancia muy diferentes. Segundo, pasa por alto las dimensiones transformativas, de oposición y utópicas de algunas de sus tempranas aspiraciones. Las industrias culturales dieron lugar a una coalición fragmentada líquida, y suelta que escondía muchas ideas contradictorias. Necesitamos por tanto aproximarnos a su trayectoria en términos genealógicos —de elementos reunidos y transformados de formas imprevisibles más que como una teleología evolutiva en la que 'lo económico' domina por fin a 'lo cultural'.

Si examinamos el contexto británico podemos ver algunas de las formas en las que la dimensión económica de las industrias culturales cambiaba constantemente de valencia dentro de esta coalición emergente de políticas. Se puede ver cómo surgen desde el principio los argumentos económicos, el GLC siempre resaltó el empleo y la riqueza que generaba este sector. El énfasis en lo pequeño y local más que en lo grande y global trataba de retener los beneficios económicos de la actividad cultural para la localidad. La democracia cultural unida al desarrollo económico era un escenario 'todos ganan' presente en gran parte de la defensa de las industrias culturales en las décadas de 1980 y 1990. Aunque ello implicaba sin duda políticas pragmáticas, también existía una ambiciosa visión de 'una industria del futuro'. El 'Barrio de industrias creativas' de Sheffield fue uno de los primeros intentos de vincular explícitamente las industrias culturales con un nuevo futuro urbano. Sin embargo, en un periodo en el que el sindicato nacional de mineros —con sede en la ciudad— acababa de sufrir una derrota catastrófica, y el gobierno conservador del Reino Unido ponía en marcha una estrategia de desindustrialización, la visión utópica de una nueva industria basada en la cultura y la tecnología tenía fuertes elementos de *pathos*.

Este *pathos* funcionaba mediante tres registros:

- El primero era la continuada creencia de que el reconocimiento de la importancia económica de las industrias culturales implicaba la importancia de la

cultura para esta nueva economía. Pero del gobierno Thatcher no llegó nunca ningún reconocimiento explícito.

- El segundo, suponía posibilidades para el desarrollo económico local que persistieron en la izquierda laborista (controlaba la mayoría de grandes áreas metropolitanas) durante la década de 1990; en un mundo post-industrial las ciudades habían dejado de depender de los recursos naturales y podían movilizar cultura y conocimientos simbólicos de formas más autónomas. Esto no sólo subestimaba las ambiciones centralizadoras del gobierno Thatcher, sino que sobreestimaba la movilidad de las industrias culturales: siguieron estando incluso más concentradas en los centros urbanos globales.
- Tercero, la idea de que las ciudades industriales, en una época de rápida desindustrialización, con su concomitante y caótica reorganización del espacio local, nacional y global, y enfrentadas a un gobierno hostil, podrían desarrollar la capacidad intelectual, las herramientas de política y los recursos político-financieros para emprender la construcción de una nueva clase de economía (una que pudiera reescribir las leyes de la propia economía de la era industrial) estaba condenada a fracasar.

Dicho *pathos* caracterizó gran parte de las coaliciones políticas que se crearon en torno a las industrias culturales antes de la elección del Nuevo Laborismo en 1997. En muchos sentidos, la coalición de industrias culturales actúa como una especie de oposición en el exilio; pero el exilio tiene sus costes. La creciente dependencia de argumentos económicos para que el sector adquiriera alguna forma de atractivo político estaba unida a la necesidad de una coalición ‘especial’ para manifestar sus credenciales políticamente realistas. Era muy fácil que, de seguir en esa línea, los pragmáticos acabaran como expertos economistas. Pero como veremos, el momento de las industrias creativas coincidió con una versión más ‘populista de derechas’ de la crítica de estudios culturales del arte autónomo y que su rechazo del ‘mercado’, ‘industria’, ‘capitalismo’, etc., formaba parte de su elitismo antidemocrático. La erradicación de cualquier fricción o contradicción entre cultura y economía es una marca de la agenda de las industrias culturales y su espacio de posibilidades será esbozado más adelante.

En otros países y regiones los contextos fueron diferentes aunque todos tenían que hacer frente a la desindustrialización de las grandes ciudades, a la agudización de la competencia global (incluyendo las industrias culturales) y al desplazamiento general hacia la derecha bajo el disfraz de neoliberalismo. Entre todo ello podemos ver una bifurcación general entre la política de las industrias culturales a escala local y nacional, como parte de una reorganización más general del espacio intranacional a consecuencia de la globalización. Localmente, la agenda de políticas de las industrias culturales estaba cada vez más vinculada a la de la regeneración urbana impulsada por la cultura. Aunque los niveles de autonomía financiera y política urbana diferían en los países desarrollados, en general, en la década de 1980 y 1990, era muy limitada la capacidad de

los gobiernos urbanos de desarrollar estrategias de regeneración económica impulsadas por las industrias culturales. Los gobiernos municipales estaban equipados para utilizar su control sobre el terreno público y promover y planificar una nueva oleada de desarrollo urbano en zonas importantes que se habían quedado estancadas.

Es aquí donde la agenda de las industrias culturales obtuvo su auténtica tracción. En la década de 1980 podemos ver cómo las culturas urbanas marginales de producción y consumo cultural llegaron a ser reconocidas por los gobiernos municipales y promotores inmobiliarios como fuentes de valor. En un principio esto implicó a las instituciones artísticas tradicionales que a menudo contaban con más peso político, recursos financieros y potencial de *branding* global. Pero la modernización de la infraestructura de la ciudad industrial —estaciones de ferrocarril, almacenes, fábricas, escuelas, bancos, instituciones psiquiátricas, hospitales, incluso las propias vías férreas— se iba extendiendo cada vez más a las industrias culturales. En sí mismas se convirtieron, síntomas de un ‘dinamismo’ más general, en arrendatarios de destino con capacidad de atracción. La presencia de industrias culturales en un edificio o área destinados a ‘regeneración’ servía para aumentar el valor inmobiliario, lo cual raramente fluía hacia sus actores o hacia las agencias creadas para promoverlas. El fenómeno Richard Florida (2002) de principios de la década de 2000 señaló el punto en que los promotores ya no seguían a los creativos sino que los buscaban activamente para que se instalaran en sus nuevos proyectos. De hecho, suprimieron el elemento de producción cultural —siempre lento y de resultados económicos inciertos— y fueron exclusivamente a por el consumo de gama alta (apartamentos, cafés, tiendas, gimnasios). Las ciudades, encantadas de negociar los acuerdos, podían utilizarlos como signos de pujante economía cultural porque la presencia de tales actividades era una prueba estadísticamente demostrada (por Florida) de dicha pujanza. La capacidad de establecer agendas de desarrollo de economía cultural complejas y multi-organismos siguió siendo muy incierta en las ciudades norteamericanas, europeas y australianas.

Las coaliciones de industrias culturales nacionales en las décadas de 1980 y 1990 eran mucho más complejas —implicaban una gama más amplia de intereses— y su propiedad era más fluida y dependiente de las cambiantes circunstancias políticas. En el ámbito nacional el término se acerca mucho a ese ‘significante vacío’ que mencionábamos en la introducción. En general había dos ideas clave: la importancia de la ‘identidad nacional’ y su contribución a la economía nacional. La primera representaba una ampliación de un tema tradicional de las políticas culturales, ya no restringido a las ‘artes’ sino que adoptaba la gama completa de cultura comercial y popular y que también era un sector económico creciente. En cierta medida es una macro versión del escenario local ‘todos ganan’: una nueva imagen nacional vinculada a la cultura más crecimiento económico. Al mismo tiempo sugería un nuevo prestigio para la cultura, admitida ahora en el gran ruedo de las políticas. En Australia, por ejemplo, el influyente documento *Creative Nation* publicado por un moder-

nizante Partido Laborista, y vinculado a una fuerte coalición de política cultural de activistas y académicos, asumía la cultura popular y comercial post-años sesenta como elemento fundamental para construir una nueva identidad en una nueva era (Hawkins, 1993; Gibson, 2001). Las industrias culturales y la *política cultural* debían de ser promovidas como elementos esenciales de esta nueva cultura nacional económicamente activa.

Esta clase de argumentos se podían encontrar en diversas versiones en Canadá y Europa y generaban potentes imágenes de modernidad: transformación social, económica y cultural. Sin embargo, en estos términos no era sencillo para los gobiernos de derechas aceptar el auge de las industrias culturales tal como se estaba configurando. De hecho, esta posición podía parecer defensiva y retrógrada si se la comparaba con la modernizante, la cual, aunque nunca había sido incluida en la de las industrias culturales, era tan influyente como ésta para conformar el nuevo panorama de la actualidad. Este era el proceso radical y de largo alcance de desregulación llevado a cabo bajo los auspicios de la ‘globalización’ en la década de 1980 y 1990 (Hesmondhalgh, 2007). Este complejo y contradictorio proceso, que implicaba la convergencia de tecnologías y mercados, la aceleración de la integración y concentración de los medios de comunicación, y un ataque coordinado a las formaciones nacional-culturales post-1945 y a las estructuras político-reguladoras que las sostenían, reivindicaba gran parte del cambio emancipatorio de las industrias culturales, no en nombre de la democracia cultural sino de la libertad de mercado.

Una de las principales contradicciones de este proceso de desregulación, al menos para todos salvo para EE UU como mayor ‘exportador’ neto de productos culturales, reflejaba una cuestión más general en torno a la globalización con la que estaba explícitamente unida. Por un lado, era presentado como una ampliación del libre comercio y por lo tanto bueno para todas las economías; pero por otro, había zonas altamente simbólicas de identidad y soberanía nacional que se veían inevitablemente amenazadas. Especialmente la cultura. Quienes estaban a favor de la desregulación hacían hincapié en que el fin de los monopolios estatales expandiría el mercado para todos; que ocultarse detrás de muros de cuotas y propiedad extranjera conduciría a la protección de empresas no competitivas. También sugerían que la ‘estrecha’ identidad nacional ya no era ni viable ni deseable en una era de globalización; o tal vez dicha identidad nacional ya no merecía la pena a menos que estuviera asegurada dentro de la arena global por industrias locales competitivas. Este es no es el lugar para enumerar todas las cuestiones, sino que diremos simplemente que este impulso globalizador/desregulador socavó gravemente las reivindicaciones del sector público y de las industrias culturales que promovían la identidad nacional (Turner, 2001). Sin lugar a dudas limitó sus opciones aunque también socavó ese vínculo creado por las industrias culturales entre identidad nacional y producción local. Ya no estaban necesariamente relacionadas e incluso el argumento puramente económico de que un sector de industrias culturales nacionales era fuente de creación de

empleo y crecimiento, quedaba gravemente viciado. ¿Por qué no proteger la industria del automóvil o la minería? Por lo tanto, desde esta perspectiva de una agenda desreguladora neoliberal de derechas el argumento de las industrias culturales era económicamente marginal y políticamente sospechoso.

¿De dónde procedía entonces la agenda de las industrias creativas?

6. INDUSTRIA CREATIVA O NUEVA INDUSTRIA CULTURAL

Aunque a las industrias culturales se las asociaba con gobiernos de izquierda, no se puede decir lo mismo de las industrias creativas. El gobierno del 'Nuevo Laborismo' del Reino Unido que acuñó el término en 1997 se basó básicamente en la visión progresista de *Creative Nation*. Pero en Australia, por ejemplo, las industrias creativas han estado asociadas con el programa del gobierno neoliberal de Howard. A pesar de las sospechas con respecto a su procedencia de un partido de la oposición, ha sido adoptada sin embargo por los conservadores en el Reino Unido y por el partido Laborista de Australia. En Europa ha sido adoptada por partidos políticos de todo el espectro político; y su rápida adopción en contextos muy diferentes de China y Asia Oriental, Sudeste de Asia, partes de América Latina y África (Kong *et al*, 2006), hace pensar de nuevo en el 'significante vacío'. ¿Qué es lo que quiere decir?

Un referente claro es 'modernidad' o 'el futuro'; pero podríamos decir que a su vez se trata de significantes vacíos, y que han sido objeto de debate político desde que los partidos 'conservadores' se han convertido en modernizadores neoliberales. Sin embargo, en la polivalencia del término «industrias creativas» podemos ver surgir la incorporación al acervo cultural de los conservadores —o al menos neoliberal— de una modernidad cultural tradicionalmente asociada a la izquierda (de hecho, a menudo, su último bastión). Hemos mencionado que las industrias creativas se presentan por sus detractores y críticos como una reducción de la cultura a economía; pero esto resultaría ser una simplificación excesiva si no reconociéramos que se trata de un nuevo tipo de cultura y un nuevo tipo de economía. Las reivindicaciones por una nueva economía cultural formaron parte de la agenda de las industrias culturales en la década de 1980 y 1990; de hecho, el lanzamiento en 1997 del programa de las industrias creativas en el Reino Unido por un ministro del gobierno con estatuto de ministro recientemente conferido (y cuyo título incluía la palabra 'cultura' por primera vez, en lugar de 'artes' o 'patrimonio') hizo pensar en su apoteosis política. El sentido de un nuevo renacimiento cultural a partir de 1960 junto con el reconocimiento de un nuevo sector económico cultural que aportaba beneficios nacionales y locales era palpable (DCMS, 1998). Esta aceptación de lo nuevo que 'estaba ahí fuera' contra las viejas esferas de los 'empleos convencionales/industria real' y las élites artísticas subvencionadas con dinero público concedió a este plan ministerial una potente carga de cambio generacional y juvenil. Sin embargo, si adoptamos un planteamiento genealógico, podríamos ver de qué forma elementos esenciales de la «industria cultural» fueron des-

atendidos o rellenos de forma diferente, o reposicionados en un sistema de significantes diferente cambiando su significado³.

El empleo de ‘creatividad’ es un buen ejemplo. El cambio de ‘cultural’ a ‘creativo’ ha sido ampliamente debatido. Para algunos se trataba del reconocimiento de la centralidad de la cultura, simplemente escrita bajo el signo de la ‘creatividad’; el cambio terminológico era pragmático y no fundamental para el auténtico ámbito que designaba. Para otros era algo absurdo: ¿se trataba de un *input* o de un *output*? ¿Qué no era creativo? ¿En qué se diferenciaba la ciencia, tecnología o creatividad empresarial de la creatividad ‘cultural’? ¿Había una diferencia entre industrias creativas y culturales y el arte? Si seguimos a O’Connor, (2011); lo que propugna es que ‘creativo’ se está utilizando claramente como algo perteneciente a la cultura —pero a una cultura estetizada ilustrada por un ahora «democratizado» arte. El término creatividad revela la autonomía reclamada por el arte contra la cultura establecida— su desafío a las convenciones; su rechazo o incumplimiento deliberado de las reglas; su interés por seguir su propia dinámica estética, sus métodos específicamente artísticos y, por tanto, no lógicos —se vuelve parte ahora de la capacidad de creación de significado simbólico de todos los individuos. La ‘creatividad’ toma una clase específica de arte autónomo, estético y lo convierte en un atributo humano universal: ya no es la exclusiva propiedad del artista y puede ser puesta a disposición de un desarrollo económico y social más amplio.

Esto puede compararse con el desplazamiento del interés, dentro del discurso de la ‘sociedad de la información’, por una capacidad cultural individual abstracta de ‘procesar conocimientos y manipular símbolos’ (Castells, 1989) adquirida mediante la educación formal (y utilizada como una medida estándar de la calidad de los trabajadores locales) hacia un concepto más interiorizado de cultura. Esta capacidad cultural más amplia tenía complejas raíces históricas que no podían ser (fácilmente) reproducidas, y de hecho, dicho conocimiento ‘tácito’ o ‘interiorizado’ formaba parte de su competitividad e invulnerabilidad frente al capital global móvil. Cuando los políticos se interesaron más por las demandas de la innovación post-industrial, esta capacidad cultural —cultura ahora en el sentido de ‘forma de vida total’ de Raymond Williams— debía de ser movilizaba ahora como un recurso económico clave o identificada como un obstáculo disfuncional. De un modo u otro, lo que a menudo resultó importante era la capacidad de reinventar y movilizar ‘estructuras de sentimiento’ locales, o trascender el pasado, deshacerse de tradiciones culturales y sociales constrictivas. En este sentido resultó crucial el conocido estudio sobre Boston y Silicon Valley de Saxenian (1994). La razón de que Silicon Valley se convirtiera en el centro impulsor de la innovación a pesar de los elevados niveles de inversión de Boston era que se escapaba de las tradicionales estructuras sociales, culturales e institucionales que conferían a la ciudad de la llamada Costa Este una rigidez comparativa. De manera similar, en *The Strength of Weak Ties*, Granovetter (1973), acabó

³ Significado y significante.

con las preocupaciones de gente como Robert Putnam (2000) acerca de la solidaridad social al proponer que la falta de fuertes lazos sociales favorecía la fluidez de interacción e intercambio y por lo tanto, la innovación económica.

La capacidad cultural de innovación iba más allá, por lo tanto, de la habilidad de 'procesar conocimientos y manipular símbolos' de manera rutinaria y se convertía en la capacidad de operar en los márgenes de las reglas establecidas. La literatura de gestión y empresarial comenzó a promover el trabajo 'fuera de los límites establecidos', cortejando deliberadamente el fallo, el caos y el desorden, utilizando conocimientos intuitivos o para-rationales, la actuación disidente (Kelly, 1998). Estos nuevos valores o formas de trabajar se inspiraban explícitamente en las prácticas poco ortodoxas e imprevisibles de artistas y científicos visionarios. De hecho, el concepto de 'creatividad' que estaba surgiendo en el lenguaje empresarial era un parásito de estas figuras ejemplares. No pertenecía únicamente al ámbito del 'pensamiento creativo' (*blue skies thinking*) y a la ruptura de paradigmas y formas de actuar establecidas, sino que la nueva figura del empresario también se apropiaba del capital cultural asociado al artista como rebelde social.

En la década de 1980 regresó el empresario schumpeteriano para enfrentarse al 'hombre de la organización' fordista de los años cincuenta y sesenta. Formaba parte de un renovado ataque neoliberal al corporacionismo estatal a favor de la pequeña empresa. La Nueva Derecha se posicionó a sí misma y al empresario como *outsiders* y rebeldes. Los empresarios trabajaron en los márgenes del sistema, ampliaron sus fronteras, exploraron nuevos territorios, enfrentándose a formas de pensar y de hacer osificadas. La 'destrucción creativa' de Schumpeter tenía vínculos evidentes con las propuestas dominantes del modernismo cultural: su obsesión iconoclasta y rompedora por la innovación (Anderson, 1984). Durante la década de 1980, empresarios y artistas ocuparon a menudo el mismo lugar en la nueva literatura empresarial, como extraños a la sociedad, rebeldes productivos que podían vislumbrar el contorno del futuro. El arte y la cultura, al movilizar la capacidad cultural local, utilizar el arte estético como ejemplo para la innovación, y transformar al productor contracultural bohemio en un empresario creativo y que había dejado de ser reacio al desarrollo económico, se convirtieron en recursos (Yudice, 2003).

Las consecuencias de estos tipos de cambios pueden apreciarse en los amplios debates en torno al trabajo cultural (Cf. Oakley 2009). La promesa de un trabajo cultural autónomo y lleno de sentido ha desembocado con frecuencia en la (auto) explotación; la 'creatividad' ha sido un modo de desviar la responsabilidad del mercado laboral de los gobiernos a los individuos; la creación de una cultura en común se convierte fácilmente en la auto-promoción narcisista y en explotación instrumental de redes sociales. No ampliaré aquí estas amplias críticas. Lo que es crucial es ese 'ahí fuera' urgente que podía movilizar el discurso de las industrias creativas. Lo que transformó al artista-creativo de modelo de rol ejemplar (la práctica artística de vanguardia como modelo de pensamiento empresarial e innovador en los negocios)

en un auténtico recurso económico fue el crecimiento de la propia ‘economía cultural’. No sólo la expansión de los mercados de productos culturales *per se* —música, televisión, radio, edición, cine, artes visuales, moda, juegos de ordenador, etc.— sino el creciente contenido simbólico o cultural de artículos y servicios funcionales. El diseño de interiores y de productos, el ‘valor de la experiencia’ en servicios, ‘valor de atención’ en marketing y relaciones públicas, turismo cultural, el creciente papel de las redes sociales basadas en webs 2.0 para todos ellos, formaban parte de esa ‘culturización de la economía’ que Lash y Urri habían anunciado en 1994. Por lo tanto, aunque la ‘creatividad’ en general está considerada un valor social fundamental, dado que los *inputs* simbólicos o culturales eran ahora una fuente importante de valor en toda la economía, las competencias, formas de pensar y prácticas laborales particulares de aquellos que trabajan en este sector de industrias creativas/culturales arriesgado, volátil y disidente estarían muy solicitadas.

Se podría observar de pasada que estos tipos de transformaciones no pueden reducirse simplemente a ‘neo-liberalismo’. Existe una polivalencia en torno a estos temas que los hace inestables ya que la corriente neoliberal no es simplemente el predominio del ‘libre mercado’; no se circunscribe a las luchas en las políticas culturales en la era de Reagan y Thatcher: desregulación, recortes en las subvenciones y la insistencia en la justificación económica del arte. El precio de todo y el valor de nada, etc. El neoliberalismo fue introducido por los conservadores que vieron la contracultura de los sesenta como antitética a su proyecto. Esta cultura era ‘anti-empresarial’ evidentemente, pero también promocionaba valores culturales y sociales que eran perjudiciales para los símbolos tradicionales del nacionalismo bajo los que se llevaban a cabo estas tempranas reformas neo-liberales. De ahí las ‘guerras culturales’ y la creciente imagen ‘conservadora’ de estos inveterados modernizadores. Fueron Clinton y Blair quienes vieron la disponibilidad política de la contracultura de los sesenta para presentar un programa progresista en la que muchos de los temas del neoliberalismo podían ser ampliados a través y dentro del ámbito de la cultura ‘estetizada’.

La nueva economía cultural implicaba nuevas clases y escalas de mercantilización. Pero no se trataba de la reducción del valor de uso cultural a la equivalencia universal de cambio. Esta nueva economía estaba basada en el reconocimiento del valor de uso cultural y de las competencias y procesos necesarios para organizarla. De ahí el papel de catalizador con respecto a la economía en general, que exigía normalmente más ‘experiencia’, ‘atención’ y otras cualidades de la industria y los servicios que se reivindicaban para las industrias creativas (Cunningham, 2002; 2004). El valor de uso cultural está ahora vinculado al valor de cambio por múltiples circuitos sofisticados, extremadamente rápidos. De hecho, la integración de tecnologías web 2.0 a este proceso en la última década ha desestabilizado radicalmente cualquier propiedad directa restante del valor de uso por los creativos. La cocreación implicaba no solo el *input* directo de los consumidores en el proceso creativo; el propio acto del consumo y la capacidad tecnológica de máquinas y organizaciones de rastrear y analizar dicho consumo permite la generación de nuevo valor. El producto cultural adquiere ahora una existencia

objetiva —como apuntaba Adorno— separada de su creador; pero es su propia peculiaridad, su falta de equivalencia y alteración de las reglas establecidas lo que constituye la fuente de su valor económico (Lash y Lurry, 2007).

Según esta lógica la estetización de la cultura se convierte en la ‘culturización de la economía’ de Lash y Urry, (1994). La oposición del valor de uso cultural al valor de cambio ya no funciona como solía hacerlo. En las industrias creativas los creadores no crean totalmente y rechazar el valor de cambio sólo puede resultar elitista; o reivindicar el papel del ‘experto’ que equivale a lo mismo (Hartley, 2005). En este contexto la cultura ordinaria puede volverse sospechosa: es fácil oponer la expresión creativa innovadora contra la cultura tradicional (local, nacional, religiosa, moral, etc.). En el concepto de ‘mercados de redes sociales’ no hay más fuente de significado que el que se manifiesta instantáneamente en la conjunción particular de preferencias personales que crean ‘valor’ (Potts *et al*, 2008; O’Connor, 2009). La combinación de individualismo metodológico y la reducción de valor cultural a valor de cambio representan la llegada del pensamiento neoliberal al núcleo mismo de la teoría cultural. La cultura autónoma estética representa la vanguardia de la creación de valor, la velocidad acumulativa del capitalismo multiescalar. Es en este contexto en el que Stallabrass, J. (2004) puede sostener que el arte contemporáneo —arte, el arte elevado y no la cultura— es la más pura expresión del neoliberalismo.

7. CONCLUSIÓN

En este artículo no han estudiado las políticas de las industrias culturales y creativas desde la perspectiva de un sector económico al que se le pueden aplicar diversas políticas de ayuda y subvenciones. Se ha tratado de esbozar la forma en la que estas industrias han llegado a convertirse en ‘motivos de preocupación’ para las políticas culturales. La época de las industrias creativas que comenzó en 1997 combinaba muchos planteamientos culturales diferentes y contradictorias en torno a la urgente llamada a reconocer una nueva ‘realidad que estaba ahí’, que representaba el futuro, el cambio, la renovación.

Aunque recibidas a menudo con cierto cinismo en el Reino Unido por sus explícitos elementos políticos (cf. Harris, 2003), no había duda de que contenían un impulso revigorizante de la economía. A menudo, he estado en reuniones celebradas en Rusia, Asia Oriental y en otros lugares, en las que políticos econométricos calculaban el valor añadido de la cultura como expertos económicos, mientras a su lado, ‘creativos’ jóvenes y enérgicos se rebelaban contra políticos corruptos e ignorantes, multinacionales y engréidas instituciones artísticas a los que veían como obstáculos para ganarse la vida y crear una cultura en común. A estos momentos de las industrias creativas no se les puede negar su poder; como tampoco se pueden desestimar los comienzos de la coalición de industrias culturales porque su valor fuera retomado por los promotores inmobiliarios y los departamentos de *marketing* urbano.

En los países desarrollados, al menos, la ‘crítica artística del capitalismo’ se ha vuelto domesticada, se ha convertido en un recurso para economistas e idealistas de nobles pensamientos. La capacidad de las estructuras corporativas de las industrias culturales de absorber los nuevos desafíos digitales y mediáticos, y la rapidez con la que los nuevos actores se integran; la asociación del trabajo creativo con nuevas formas de explotación; la absorción de las industrias creativas en el desarrollo inmobiliario y la escasez de recursos intelectuales y financieros que los gobiernos municipales (con algunas excepciones) ponen en su desarrollo, todo ello, ha socavado en gran medida las energías transformadoras con las que fue recibida en un principio la idea de las industrias creativas.

La ubicuidad de productos culturales y el fácil acceso a las tecnologías de producción y distribución se dan ahora por sentados. La globalización ha dejado de ser terreno exclusivo de los desreguladores y de la externalización off-shore para pertenecer también a la ‘multitud’ postnacional, la cual, en lugar de reunirse *ahora mismo* bajo el estandarte de McDonalds o Benetton (Hartley, 1999) —exige trabajo para poder darle forma (Hardt y Negri, 2005). Los nuevos tipos de prácticas culturales en todo el mundo, interesadas en crear nuevos espacios de posibilidades y colaboración, pueden ser vistas como parte del trabajo para inventar nuevas formas de colectividades sociales. Hacen pensar en un movimiento más allá de la cultura estética autónoma, en un reconocimiento de los vínculos éticos y sociales dentro los que se produce esta cultura. Un movimiento que está creando conexiones culturales en un contexto —después del neoliberalismo— en el que las culturas ‘tradicionales’ (incluyendo las industriales fordistas) han sido minadas y desestabilizadas; en el que la ‘cultura convencional’ incluye ahora la urgencia de la autoexpresión, la creatividad y la innovación (a menudo a expensas de cualquier otra consideración). Esto es claramente lo que ahora está en juego en los debates acerca del autocontrol (Brooks, 2011), el pensamiento *bigger-than-self* (pensar en algo mayor que uno mismo) e incluso la *big society*, para orquestar un orden social sacudido por cuatro décadas de modernización. A diferencia de una reafirmación conservadora de valores tradicionales —profundamente comprometida por su viraje neoliberal— podríamos considerar la cuestión como la creación de una sociedad de ‘vínculos débiles’ concebida no como individualismo fragmentado sino como un vínculo socialmente abierto.

Podemos verlo en el ‘giro ético’ del diseño, donde su asociación con el atractivo ‘estético’ del producto está siendo reemplazado por su aplicación a las estructuras y procesos sociales. Igual sucede con el desplazamiento general de lo que una vez fue llamado industrias creativas hacia la sostenibilidad, no sólo a la producción ‘verde’ sino a mercados y formas de vida locales y a las culturas que se entrecruzan con ellos. En estos procesos surgen los valores artísticos más antiguos: de artesanía, paciencia, tiempo, de determinación por el objeto más que la autoexpresión y comunidades éticas-estéticas. No sólo en Norteamérica, Europa y Australia sino mundialmente, las dimensiones sociales y éticas de la cultura han sido reafirmadas contra lo puramente económico y

la separación de los trabajadores culturales de las industrias creativas se ha producido rápida aunque irregularmente. Esta es la gran 'realidad de ahí fuera' que debería ser motivo de preocupación. Y hasta la fecha, no disponemos de significativo para ella.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, T., y HORKHEIMER, M. (1979): *The Dialectic of Enlightenment*. London: Verso.
- AHEARNE, J. (2004): 'Between Cultural Theory and Policy: The cultural policy thinking of Pierre Bourdieu, Michel de Certeau and Régis Debray'. *Research Paper 7*. Warwick: Centre for Cultural Policy Studies.
- ANDERSON, P (1984): 'Modernity and Revolution' *New Left Review*, no. 144 (March-April): 96-113.
- ANHEIER, H. e ISAR, R. (2011): 'Introduction', *Cultures and Globalization Series, Vol. 5 Cultural Policy and Governance in a New Metropolitan Age (Forthcoming)*. London: Sage.
- BAUMOL, W., y BOWEN, W. (1966): *Performing arts: The Economic Dilemma*. New York: Twentieth Century Fund.
- BIANCHINI, F. (1987): 'GLC R.I.P. 1981-1986', *New Formations*, 1, pp. 103-117.
- BIANCHINI, F. y PARKINSON, M. (1993): *Cultural Policy and Urban Regeneration: The West European Experience*. Manchester: Manchester University Press.
- BROOKS, D. (2001): *The Social Animal. The Hidden Sources of Love, Character and Achievement*. London: Random House.
- BOLTANSKI, L. y CHIAPPELLO, E. (2005): *The New Spirit of Capitalism*. London: Verso.
- BOURDIEU, P. (1986): *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste*. London: Routledge.
- CASTELLS, M. (1983): *The City and the Grassroots: A Cross-cultural theory of Urban Social Movements*. London: Edward Arnold.
- CASTELLS, M. (1989): *The Informational City: Information, Technology, Economic Restructuring, and the Urban-Regional Process*. Oxford: Blackwell.
- CAVES, R. E. (2000): *Creative industries: Contracts between Art and Commerce*. Cambridge, Mass., Harvard University Press.
- CUNNINGHAM, S. (2002): 'From cultural to creative industries: theory, industry, and policy implications', *Media International Australia*, 102: 54-65.
- CUNNINGHAM, S. (2004): 'Creative industries after cultural policy', *International Journal of Cultural Studies*, 7, pp.105-115.
- DCMS (1998): *Creative Industries Mapping Document*. London: DCMS. Revised 2001.
- FLORIDA, R., (2002): *The Rise of the Creative Class*, Basic Books, New York.
- GARNHAM, N. (1990): 'Public Policy in the Cultural Industries' in *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*, London: Sage.
- GIBSON, L. (2001): *The Uses of Art: Constructing Australian Identities*. St. Lucia: University of California Press.
- GIRARD, A. (1982): 'Cultural industries: a handicap or a new opportunity for cultural development?' in UNESCO (1982): *Cultural Industries: A Challenge for the Future of Culture*. Paris: UNESCO.
- GRANOVETTER, M. (1973): 'The strength of weak ties', *American Journal of Sociology*, 78/6, 1360-1380.
- HARDT, M. y NEGRO, T. (2005): *Multitude*. London: Penguin.
- HARRIS, J. (2003): *The Last Party. Britpop, Blair and the Demise of English Rock*. London and New York: Fourth Estate.
- HARTLEY, J. (1999): *Uses of Television*. London: Routledge.
- HARTLEY, J. (2005): 'Creative Industries' in Hartley, J (ed.) (2005) *Creative Industries*. Oxford: Blackwell. 1-39.

- HAWKINS, G. (1993): *From Nimbin to Mardi Gras. Constructing Community Arts*. St. Leonards, NSW: Allen and Unwin.
- HABERMAS, J. (1989): *The Structural Transformation of the Public Sphere: An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge: Polity Press.
- HESMONDHALGH, D. (2007): *The Cultural Industries*. Second Edition. London: Sage.
- JAMESON, F. (2002): *A Singular Modernity. Essay on the Ontology of the present*. London: Verso.
- KELLY, K., (1998): *New Rules for the New Economy*, Fourth Estate, London.
- KONG, L., C. GIBSON, L. M. KHOO, y A. L. SEMPLE. (2006): «Knowledges of the creative economy: Towards a relational geography of diffusion and adaptation in Asia». *Asia Pacific Viewpoint* 47: 173-194.
- LASH, S. AND URRY J. (1994): *Economies of Signs and Space*. London: Sage.
- (2007): *Global Culture Industry*. Cambridge: Polity.
- LATOURET, B. (2004): 'Why Has Critique Run out of Steam? From Matters of Fact to Matters of Concern'. *Critical Inquiry*. 30:2: 225-248.
- LOOSELEY, D. (1995): *The Politics of Fun: Cultural Policy and Debate in Contemporary France*. Oxford/ Washington DC: Berg.
- MAYER, M. (2006): 'Manuel Castells' The City and the Grassroots'. *International Journal of Urban and Regional Research*. 30:1. 202-6.
- MIEGE, B. (1979): 'The Cultural Commodity', *Media, Culture and Society*, 1. 297-311.
- MIEGE, B. (1987): 'The Logics at Work in the New Cultural Industries', *Media, Culture and Society*, 9. 273-89.
- MIEGE, B. (1989): *The Capitalisation of Cultural Production*. New York: International General.
- OAKLEY, K. (2009): *Art Works – Cultural Labour Markets: A review of the Literature*. London: Creativity, Culture and Education.
- O'CONNOR, J. (2009A): 'Creative Industries: A New Direction?', *International Journal of Cultural Policy*, Special Issue: *Creative Industries Ten years After*, eds. Mark Banks and Justin O'Connor. Vol. 15. 4, 387-404.
- O'CONNOR, J. (2011): *The Arts and Creative Industries*. Sydney: Australian Council for the Arts.
- O'CONNOR, J. y WYNNE, D. (1996): 'Left Loafing: Cultural Consumption and Production in the Postmodern City' in O'Connor, J. and D. Wynne (eds.) *From the Margins to the Centre: Cultural Production and Consumption in the Post-Industrial City*. Aldershot: Ashgate.
- PUTNAM, R. (2000): *Bowling Alone: The Collapse and revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.
- POTTS, J., CUNNINGHAM, S., HARTLEY, J. y ORMEROD, P., (2008): 'Social Network Markets: a new definition of the creative industries'. *Journal of Cultural Economics*, 32, 167-185.
- RABAN, J. (1974): *Soft City*. London: Hamish Hamilton.
- RANCIERE, J. (2009): *Aesthetics and Its Discontents*. London: Polity.
- RIGBY, B. (1992): *Popular Culture in Modern France: A study of Cultural Discourse*. London: Routledge.
- RYAN, B. (1992): *Making Capital From Culture*. Berlin and New York: Walter de Gruyter.
- SAXENIAN, A. (1994): *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*. Harvard: Harvard University Press.
- STALLABRASS, J. (2004): *Contemporary Art. A very Short Introduction*. Oxford: Oxford University Press.
- TURNER, G. (2001): 'Reshaping Australian Institutions: Popular Culture, the Market and the Public Sphere' in Bennett, T. and Carter, D. (2001) *Culture In Australia: Policies, Publics and Programs*. Cambridge: Cambridge University Press. 161-175.
- WILLIAMS, R. (1958): 'Culture is Ordinary' in Ann Gray and Jim McGuigan (Eds.), *Studies in Culture: An Introductory Reader*. London: Arnold, 1997, pp. 5-14.
- WILLIAMS, R. (1981) *Culture*. London: Fontana.
- YUDICE, G. (2003): *The Expediency of Culture. Uses of Culture in the Global Era*. Durham: Duke University Press.
- ZUKIN, S. (1982): *Loft-living: Culture and Capital in Urban Change*, London: The John Hopkins Press Ltd.