

NUEVAS ECONOMÍAS DE LA CULTURA

PARTE1. Tensiones entre lo económico y lo cultural en las industrias creativas

VIERNES 23 NOV 07 - 2820 INDUSTRIAL DR., RALEIGH

DISCO RODEO

LO NUNCA ANTES VISTO !!!
Celebrando el... **SONIDO TODO UNA DECADA !!!**
10 Aniversario de... **BANDOLERO**
El Coloso del Barrio de Raleigh

HERMANDAD SONIDERA PRESENTA:

CELEBRANDO AL FESTEJADO, LOS SONIDOS MAS PEGADOS DE MEXICO Y LA UNION AMERICANA !!!
POR PRIMERA VEZ !!!
EN UN MANO A MANO CON EL MAESTRO...!!!
Andres Maqueda

LA CONGA
Directamente desde el peñon de los baños !!!
MIX PEDRO PEREA
El lider de la música prendida, a cargo de Antonio Morales !!!
La Org. No. 1

SONCUBANEY
EL INTERNACIONAL
LA PRESENCIA DEL JEFE DE JEFES !!!
MARIO MENDOZA

Winners
El Retorno a NC !!!
LA FABRICA DE LAS TOPES

Patrocinadores Oficiales

- "Taqueria y Restaurant"**
"LA SONRISA"
"The Best In Mexican Food"
Open 7 days a week
(333 n.raleigh st : hwy: 55 angier, nc - 27501)
Hours: 11: am. to 10: pm Tel: (919) 639-5455
- "Panaderia Guadalajara"**
1379 s.e Maynard Rd, Cary NC 27511
Tel: (919) 466-0098 Fax: (919) 466-0098
Boradillos Para Toda Ocasion
Pasteles de Boda, Productos Mexicanos y
Envios de Dinero etc

PREVENTA EN PANADERIA "GUADALUPE" EN CARY, NC Y EN LA TAQUERIA Y RESTAURANT "LA SONRISA" EN ANGIER, NC

INFORMES:
(919) 669-7040
(919) 601-5455

WWW.PRODUCCIONESALEXANDER.COM

VISITA: WWW.PRODUCCIONESALEXANDER.COM TEL/FAX (Mexico): (55) 1734-9861 USA: (201) 679-3164 E-MAIL: JC700514@HOTMAIL.COM

Queremos agradecer su tiempo e ideas a todas las personas entrevistadas para este trabajo, no lo hubiéramos podido realizar sin ellas.



YProductions 2009 www.ypsite.net

La siguiente obra está protegida bajo la Licencia Reconocimiento 3.0 España de Creative Commons

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/es/>

Portada: Poster promocional de un evento de los sonideros organizado por

www.produccionesalexander.com

ÍNDICE

Introducción. ¿Una nueva economía de la cultura?	3
Capítulo 1. El nacimiento de las industrias creativas y su potencial como elemento de desarrollo	7
Capítulo 2. Política cultural y la economía de la cultura	26
Capítulo 3. La tensión entre el sector público y el privado en la financiación de la cultura: el ejemplo brasileño	43
Capítulo 4. ¿Crecimiento como modelo de desarrollo?	61
Capítulo 5. Los valores de la cultura	76
Capítulo 6. La cultura, el Estado y la sociedad civil	85
Conclusiones	95
Bibliografía	100
Personas Entrevistadas	104

Introducción. ¿Una nueva economía de la cultura?

No sólo la crisis permanente actual, financiera y económica, puede desembocar en importantes transformaciones del *statu quo* social y del imaginario «mass-mediático» que lo sustenta, sino que ciertos temas empleados por el neoliberalismo, relativos por ejemplo a la flexibilidad del trabajo, los desequilibrios, etc., pueden perfectamente volverse contra él.

Felix Guattari *Las tres ecologías*

Escribimos en un momento de incertidumbre. La actual crisis –que, aunque a muchos les gustaría, no está motivada por una docena de banqueros avariciosos– pone en tela de juicio un modelo económico y de vida insostenible e indeseable: el capitalismo neoliberal. No es coincidencia que este momento de crisis financiera coincida con una crisis medioambiental, una crisis alimentaria y una crisis energética. El capitalismo tardío, con su modelo de consumo y especulación desenfrenada y su relación parasitaria con el planeta, esquilmando sus recursos y mercantilizando todas las esferas y formas de vida, se ha impuesto como única alternativa y referencia a seguir para muchos países y naciones.

El presente trabajo de investigación se centra en las formas que adopta el discurso capitalista y las consecuencias que ha tenido la implementación del modelo neoliberal en el ámbito de la cultura. Esta corriente de pensamiento, cuyas prácticas políticas y económicas se basan en la identificación de libertad individual con libertad de mercado, supedita las competencias del Estado a la creación de un marco idóneo para llevar a cabo una actividad empresarial sin trabas y que garantice la propiedad privada. Bajo estos postulados proponemos un debate que parte de la siguiente pregunta: ¿Cómo se ven afectadas las políticas culturales de los gobiernos que en mayor o menor medida abrazan el neoliberalismo?

A lo largo del trabajo que sigue, analizaremos las relaciones entre la economía y la cultura que se tejen a partir de finales de la década de los 80, cuando la cultura se

pone en valor y se comienza a percibir como elemento de producción de riqueza y crecimiento económico, momento en el que se gesta y se comienza a difundir el modelo de las denominadas industrias creativas. Este nuevo sector, que como veremos aglutina toda una serie de prácticas económicas junto a otras que tradicionalmente se consideraban fuera de la esfera mercantil y por lo tanto competencia de los departamentos de cultura, se presenta como la receta mágica de recuperación de las ciudades europeas sumidas en una crisis generada entre otros motivos por los procesos de desindustrialización. También sirve para justificar una paulatina privatización de la esfera cultural, que se ve obligada a introducir nuevos modelos de funcionamiento y nuevas identidades laborales, como la figura del emprendedor cultural.

A continuación veremos cómo todo este tipo de procesos ha afectado a las políticas culturales tradicionales y de qué manera la lógica del mercado ha asumido el rol de elemento democratizador de la cultura. ¿Cómo se transforman las nociones de acceso, diversidad o calidad cuando el mercado es el encargado de legitimar la cultura y de distribuirla a los potenciales consumidores? Argumentaremos que con los programas de promoción de las industrias creativas ha acontecido un cambio muy significativo que afecta principalmente a los órganos tradicionales de producción de política cultural, que pierden competencias, las cuales pasan a manos del sector privado. Si bien el neoliberalismo siempre se ha postulado a favor de una limitación de las competencias del Estado, con el advenimiento de las industrias creativas asistiremos a la sustitución de las políticas culturales por las económicas. Un claro ejemplo lo ilustra uno de los casos de estudio que presentamos en este trabajo: la ley de mecenazgo que vertebra gran parte de la política cultural de Brasil, la ley Rouanet.

Para realizar esta investigación compaginamos el análisis de documentos político-culturales el estudio de trabajos teóricos y académicos con la realización de numerosas entrevistas a profesionales de la gestión cultural, analistas, políticos/as, economistas y teórico/as que nos han ayudado a comprender mejor la realidad cultural de Brasil. Muy al contrario de lo que se piensa, el neoliberalismo no es un fenómeno que tan sólo ha afectado a EE UU o Europa –pese a que las cabezas políticas más visibles de esta ideología, Ronald Reagan o Margaret Thatcher, trabajaron para fomentar esa idea– sino que gracias a organismos como el FMI o el Banco Mundial, ha sido impuesto como modelo económico en muchos otros países. Chile sufrió los consejos de los “Chicago Boys” y de Milton Friedman durante muchos y penosos años y al igual que tantos otros países en vías de desarrollo, canjeó libertad política por

ayuda externa. Por su parte, Brasil es una nación extremadamente interesante, puesto que siendo un país en vías de desarrollo que presenta tasas de pobreza y desigualdad social muy elevadas, también es uno de los países de América Latina que más rápidamente está creciendo en lo económico. Repasaremos su historia reciente para comprobar cómo se importó la ideología neoliberal y cómo ésta ha influido en el desarrollo de ciertas políticas culturales, siendo la ley Rouanet una de las más evidentes. Veremos cómo bajo esta tesitura ciertos modelos importados desde Europa han de negociar su espacio con fórmulas que apuestan por fortalecer el contexto local y por promover la pluralidad cultural como medio de hacer frente a la homogeneización e imposición de arquetipos culturales anglosajones que traen consigo las industrias culturales.

Implícita en el discurso neoliberal encontramos la idea de que la consecuencia del crecimiento económico es el desarrollo social y cultural, razón por la cual, en muchos países se ve en las industrias creativas y sus elevadas tasas de crecimiento una herramienta de desarrollo perfecta. Durante la investigación debatiremos esta ecuación y también la propia noción de desarrollo, contemplando argumentos en contra y a favor del término, y las posibilidades y limitaciones de los planes de desarrollo a través de las industrias creativas. Muchos autores recelan de este tipo de programas por considerarlos proyectos de arriba abajo, normalmente impulsados por países “desarrollados” que creen entender las necesidades de los países que no lo están. A lo largo de este trabajo argumentaremos que es necesario repensar este concepto y plantear una reflexión en torno a los diferentes valores que emanan de la cultura para descubrir otras fórmulas que promuevan la emersión de tejidos o contextos culturales ya existentes.

Analizaremos también una iniciativa político-cultural que nos sorprendió gratamente durante el tiempo que estuvimos realizando el trabajo de campo en la ciudad brasileña de São Paulo, los “Pontos de Cultura”. Esta propuesta promovida por el ahora ex-ministro de cultura, Gilberto Gil, pretende contribuir a fortalecer las tramas de producción cultural a través de la localización y ayuda a las personas o colectivos que pueden ser considerados motores culturales de un cierto contexto. Con la concesión de partidas económicas y potenciando la articulación en red de estos diferentes *hubs* culturales, los “Pontos de Cultura” pueden devenir espacios autónomos capaces de traducir la diversidad cultural de tan extenso país. Nosotras vamos a sostener que los modelos y formas de entender la cultura que subyacen en este plan pueden ser una buena base sobre la que edificar nuevas formas de economía de la cultura y se

asemejan a lo que en un trabajo previo hemos denominado “innovación emergente” (YProductions, 2009).

Hemos dividido la siguiente investigación en dos partes. La primera, enfocada a analizar críticamente el modelo de las industrias creativas, se centrará en comprender cómo afectan y modifican todos estos cambios la función del Estado. La segunda parte trabajará en torno a los modelos de organización colectiva que, suscitados por este paradigma, emergen en la sociedad civil. Para ello nos centraremos en analizar ciertos modelos de producción cultural que no son ni podrán ser nunca económicamente sostenibles, pero que sin embargo, más allá de su valor económico, tienen un impacto en el tejido sociocultural en el que se enmarcan muy positivo. Debatiremos otras formas de devenir empresa introduciendo un concepto que podría parecer un oxímoron, las “empresas del procomún”, para identificar una nueva generación de empresas culturales que tienen la sostenibilidad como horizonte y que más allá de generar beneficios, quieren devolver parte de la riqueza que han generado al dominio público. Discutiremos diferentes modelos de producción de la cultura como los centros sociales de segunda generación o redes de distribución de contenidos audiovisuales que premian la diversidad por encima del lucro. Esta segunda parte de la investigación nos ayudará a entender mejor en qué consisten estas “nuevas economías de la cultura”.

Esperamos que el siguiente trabajo pueda servir para iniciar este debate y situarlo en su contexto adecuado, contribuyendo a ver sus posibilidades y limitaciones y a entender la economía como un proceso mucho más rico y complejo que el mero sistema de intercambio económico. Este momento de crisis generalizada nos brinda una oportunidad para empezar a comprender la multiplicidad de valores que subyacen a la cultura. Esto puede contribuir a pensar en una economía mucho más diversa, con una mayor amplitud de objetivos y posibilidades es el momento de explorar las nuevas economías de la cultura.

Capítulo 1. El nacimiento de las industrias creativas y su potencial como elemento de desarrollo

Lo que se resiste puede sobrevivir sólo en la medida en que se integra. Una vez registrado en sus diferencias por la industria cultural, forma ya parte de ésta como el reformador agrario del capitalismo.

(Adorno y Horkheimer, 1944)

Una categorización de las artes u otras industrias culturales en industrias no va necesariamente acompañada de implicaciones ideológicas, sino que, por el contrario, los conceptos de la economía industrial no hacen sino ofrecer una forma cómoda de representar determinadas actividades que tienen un innegable contenido económico.

(David Throsby, 2001)

¿Economía de la cultura?

En estos momentos no es extraño oír que representantes políticos, economistas, sociólogos o analistas culturales hablen del potencial económico de la cultura. La cultura se presenta como un sector estratégico y como un área de crecimiento económico en libros especializados, congresos, mítines políticos o medios de comunicación. A lo largo de este primer capítulo prestaremos atención a este fenómeno y nos preguntaremos por los orígenes discursivos de esta realidad. Analizando un campo discursivo-textual compuesto por declaraciones de organismos oficiales, libros de economía, políticas públicas e iniciativas privadas, comprobaremos cómo a lo largo del siglo XX se ha ido configurando una visión de la cultura como un excelente recurso. Esta visión, que en la actualidad está ampliamente respaldada, no ha dejado de tener sus críticos y detractores. Éstos han propiciado en parte que no podamos hablar de la economía de la cultura como un ámbito o discurso cerrado sino que por el contrario tengamos que pensar en realidades complejas, diferentes niveles de economización y diversas formalizaciones de este paradigma, por lo que sería más

apropiado hablar de economías de la cultura. En el capítulo que sigue describiremos cómo una de las encarnaciones hegemónicas de esta idea de economía de la cultura se presenta al mundo bajo el nombre de “industrias creativas”, un sector compuesto por macro y microempresas dedicadas a poner en valor y explotar la cultura y la creatividad, principalmente a través de la gestión de los derechos de autor que genera. Expondremos las diferentes visiones que nutren este sector económico emergente y las analizaremos dentro del contexto de una economía que tiende progresivamente a la culturización. Con esto pretendemos mostrar un panorama complejo de relaciones público-privadas que propician este doble movimiento: una economización de la cultura que corre en paralelo a una culturización de la economía. Para entender mejor cómo este doble proceso ha sido posible, vamos a prestar atención de forma sintética a toda una serie de transformaciones socioculturales y socioeconómicas que han tenido lugar durante gran parte del s.XX en el siguiente apartado.

Algunas transformaciones socioculturales que han facilitado que la cultura se acerque al mercado

En los primeros escritos de la economía clásica, Adam Smith y David Ricardo introducían algunos análisis acerca de la inversión en las artes pero no consideraban que el sector cultural pudiera generar riqueza y no lo concebían como un contexto productivo. Los preceptos y presupuestos de los que partía la economía clásica hacían del fenómeno artístico algo improductivo e irracional para el *homo oeconomicus*. Con la aparición de grandes transformaciones sociológicas a finales del s. XIX y principios del XX, momento en el que el tiempo de ocio comienza a tener un papel importante para sustentar el modelo productivo de la era industrial, la cultura empieza a encontrar su lugar en el ámbito de los estudios económicos. Una de las conquistas sindicales más importantes del siglo XX propició que desde el año 1919 la jornada laboral estuviera regulada; los trabajadores no debían dedicarle más de 8 horas diarias y 48 horas semanales a su trabajo. Esta nueva parcelación del trabajo liberará tiempo, constituyendo un apartado para el ocio que los trabajadores podrán rellenar con actividades culturales y/o lúdicas que, en principio, no tienen porqué estar relacionados con sus tareas en la cadena de producción. Así empezó a desarrollarse la construcción del “obrero masa”, que ofrecía el elemento fundamental del capitalismo: su fuerza de trabajo. Dos décadas después, la organización científica del trabajo¹ ayudó al capitalismo a optimizar la productividad de su mayor recurso,

¹ Nos referimos aquí a la introducción del *scientific management*, estrategias para aumentar la productividad, anulando parones en la cadena de producción e introduciendo nuevos elementos en la línea de montaje (los capataces)

llevándole a negociar con sindicatos ciertas “recompensas” que estimularan los regímenes de extrema explotación de los obreros. El régimen salarial era la contrapartida que los capitalistas entendían como fórmula equitativa para mantener el sistema piramidal de producción en el que los obreros constituían la base. Se consolidaba así un estatus natural del obrero identificado con una nueva cultura del trabajo que incluía la posibilidad de contar con momentos de escape y liberación de la cadena de producción. Con esto emergió la necesidad de dividir tiempo laboral y tiempo de ocio, propiciando el nacimiento y consolidación de un sector empresarial dedicado a ofrecer productos y servicios culturales. Ese capricho o elemento de lujo que en otro momento no formaba parte de los estudios económicos, empezó a tomar cuerpo y sentido en los nuevos escenarios de reordenación social y económica. Esta coordinada completaba el ciclo de alineación y ejemplifica el comportamiento que el sistema capitalista mantendrá con los ámbitos que cuestionan su modelo operativo, negociando con visiones antagónicas y hallando reformas que refinan su modelo de acumulación y explotación.

El momento de mayor acercamiento de la cultura al mercado y de la introducción de los saberes del grueso social al espacio de producción se inicia durante la segunda mitad del s. XX. El giro radical en los modelos de producción actuales y los elementos fundamentales que lo han facilitado se centran en haber situado en primer término un recurso que parecía relegado a un segundo plano: el conocimiento. Veamos la serie de fenómenos que motivan este cambio a través de un breve repaso por los principales modelos de producción capitalista que han tenido lugar a finales del s. XX y principios del s. XXI. El primer cambio de paradigma vino marcado por la producción “*just in time*”, ese modelo que se alejaba de la estructura ideada por Henry Ford ya que “la comunicación, el flujo de información, entra directamente en el proceso productivo. Comunicación y producción se superponen en el nuevo modo de producir, mientras que en el fordismo la comunicación se hallaba yuxtapuesta al proceso productivo” (Marazzi, 2003:12). Esta transformación halla su génesis en la industria japonesa, concretamente en los talleres de Toyota, que implementó ciertos cambios a su modelo de producción después de una crisis financiera en 1949 tales como la adaptación de la producción a la inmediata demanda, la constitución de un sindicato de empresa –con la consecuente pérdida de capacidad política de la clase obrera–, algunas innovaciones tecnológicas, el fomento de la cultura corporativa, etc. Éstas

cuyo máximo artífice fue el ingeniero mecánico y economista estadounidense Frederick Winslow Taylor (padre del Taylorismo).

serían las características esenciales del denominado Toyotismo, en el que el conocimiento se entendería como un recurso esencial en el modelo de producción y la identificación del trabajador con la empresa inauguraba una nueva etapa. Las relaciones, los afectos, el conocimiento así como la creatividad de los trabajadores y trabajadoras empezaban a ejercer un papel importante en la productividad de la empresa. Las divisiones entre ocio y trabajo empezaban a difuminarse y se inauguraba la idea de un todo cultural.

Este paradigma empezará a encontrar su lugar en Europa a finales de los 70s y a lo largo de los 80s con la llegada al poder de políticas de austeridad neoliberales, cuyas tesis encontraron eco como fórmula para superar la crisis que empezaron a padecer los Estados de Bienestar a partir de 1973. Desde mediados de los 80s y principios de los 90s, toda una serie de fenómenos interrelacionados acaban por situar al conocimiento en el centro de la economía: los procesos de reconversión industrial y deslocalización de fábricas, la irrupción de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (NTIC), la consolidación de la innovación como máxima competitiva entre Asia, EEUU y Europa junto al paralelo proceso de globalización de la economía e incremento del poder financiero, etc. Una vez desvanecidos completamente los pactos capital-trabajo establecidos durante las democracias de posguerra, la estrategia neoliberal encontraba pocos frentes que paralizaran sus maniobras en la reestructuración del modelo productivo del capitalismo tardío. Esto abrió un nuevo marco que se escenifica a durante los 90s comúnmente conocido por denominaciones neutras cuando no laudatorias como “New Economy”, “Sociedad Postcapitalista” o “Sociedad de la Información”. Esta nuevo paradigma socioeconómico esconde en su interior numerosos debates, disputas y luchas respecto dónde, quién y cómo se produce conocimiento y sobre quién, cómo y porqué se apropia y beneficia de él. La reproducción de una economía guiada bajo el principio de escasez y de propiedad privada pese al origen reproducible y común que tiene el conocimiento así como la paulatina precarización del trabajo y su consecuente desregulación social, han sido algunos de los frentes de lucha de quienes entienden el actual orden de cosas como un nuevo estadio de explotación y gobierno.

Algunos de los autores y autoras que han colaborado con la revista Multitudes² han desarrollado sus investigaciones bajo el eco de lo que denominan capitalismo

² Yann Moulier Boutang, Christian Marazzi, Maurizio Lazaratto, Antonella Corsani, entre otras. Ver <http://multitudes.samizdat.net/>

cognitivo, una visión crítica (y política) sobre el capitalismo contemporáneo “que pone sobre la nueva cadena productiva el indeterminado conjunto de mediaciones sociales, que lleva inaugurando y ampliando ciclos de negocio directo desde hace al menos treinta años: desde el cuidado de ancianos, a la atención telefónica, desde la vieja industria cultural a la nueva industria del diseño” (VVAA, Traficantes de sueños, 2004:14). Esta visión constituye una de las pocas formas de economía política crítica en la actualidad e incluye la denuncia frontal de los sistemas de explotación, privatización y cercamiento de aquellos saberes que la propia sociedad genera en procesos que acaban siendo regulados por la lógica capitalista. En el capitalismo cognitivo, los tiempos de producción, consumo y ocio se fusionan en un mismo clic, extendiendo el régimen de acumulación a la esfera de la vida y a las parcelas (ya difuminadas) de la experiencia cultural. Como ya hemos analizado en otras ocasiones³, la maquinaria de la producción capitalista ha ido ampliándose, superando la limitación que tradicionalmente constituían los muros de las empresas y concibiendo la esfera cultural y social como un gran departamento de I+D externalizado. Concluimos este breve recorrido que nos puede ayudar a entender mejor cómo los fenómenos culturales no sólo generan multitud de externalidades en los mercados tradicionales, sino que abren puertas a una nueva forma de entender la economía, donde conocimiento, creatividad e innovación pasan a ser motores de la producción.

A continuación veremos cómo se ha traducido esta compleja relación entre economía y cultura tanto en su disciplina económica y en la crítica cultural así como en las diferentes políticas públicas y discursos que las han fomentado.

Economía de la cultura

Como hemos podido observar, esos actos lúdicos o irracionales concebidos en el pasado como improductivos, “ya que durante mucho tiempo fuimos educados para sufrir y no para disfrutar” (J.M. Keynes), pasan a ser analizados como elementos que centrales en los nuevos modelos de sociedad e irán estableciendo una demanda que será respondida con un modelo de producción industrial, la Industria Cultural. Como hemos visto, los fenómenos socio-económicos van transformando los modelos de

³ Sobre este tema, la captación de la creatividad social en el capitalismo cognitivo, elaboramos el artículo ‘Innovación y creatividad social: sobre los beneficios económicos de la creatividad de masas (un nuevo marco de explotación) Disponible en www.ypsite.net/recursos/biblioteca/documentos/innovacionSocial_YP.pdf . Este artículo está extraído de la investigación “Innovación en Cultura: Una Aproximación Crítica a la Genealogía y Usos del Concepto” (ver YProductions, 2009)

producción, que entran a dialogar de manera mucho más próxima con la esfera cultural y social. Esta situación despierta el interés de los economistas, que paralelamente van desarrollando sus propios análisis de estas relaciones.

En el tercer capítulo del libro *The Liberal Hour* de 1960, John Kenneth Galbraith introducía algunos de los primeros estudios sobre economía y arte. Más de 20 años después, en 1983, Galbraith realizaba una conferencia bajo el título “El artista y el economista. Por qué deben encontrarse” invitado por el British Arts Council, donde ya se adelantaban algunos de los argumentos y concepciones primigenias que sedimentan los escritos sobre economía y cultura. Es entre estas dos fechas donde encontramos el libro de Baumol y Bowen *Performing Arts: The Economic Dilemma* (1966), considerada obra fundamental de la economía del arte y referente bibliográfico ineludible de los principales autores de la economía de la cultura. En este libro encontramos el famoso “mal de Baumol”, fenómeno que analiza la pérdida progresiva de la productividad de las artes escénicas y del espectáculo en vivo respecto del resto de sectores económicos, hecho que explica su encarecimiento progresivo (ver Baumol y Bowen, 1966). Durante los años 70 surgen un número importante de autores y escritos que centran su campo de estudio en la economía de la cultura, pensada ya como una subdisciplina oficial del campo económico. La revista internacional específica de este ámbito de estudio es el *Journal of Cultural Economics*⁴ y se encuentra en la categoría Z1 del Journal of Economic Literature, es decir, lejos en la clasificación respecto al resto de ciencias económicas aunque, como veremos durante este capítulo, esa débil posición en el *ranking* no refleja el impacto que esta disciplina ha tenido en las instituciones y organismos públicos. Como ya señalaba el economista de la cultura David Throsby, ambas disciplinas parten de una preocupación esencial por la noción de valor, pero sus genealogías e intereses a la hora de elaborarlas distan mucho de ser parecidas (ver el capítulo 2 de Throsby, 2001). Sobre este tema, las diferentes nociones de valor usadas para medir la cultura y su impacto, entraremos a fondo en el capítulo 5.

Crítica de Adorno y Horkheimer a la Industria Cultural

El paulatino proceso de economización de la cultura que estamos describiendo no tardó en generar malestar entre ciertos sectores sociales y académicos. Una de las críticas más feroces a las transformaciones que estaba sufriendo el modelo de producción de la cultura fue originada por un grupo de académicos alemanes que

⁴ <http://www.culturaleconomics.org/journal.html>

pertenecieron a la denominada Escuela de Frankfurt entre los que se encontraban Theodor Adorno, Max Horkheimer, Walter Benjamin o Jürgen Habermas. Los dos primeros, exiliados en EE UU en el año 1944, escribieron un libro en el que dejarían reflejadas todas las inquietudes, críticas y dudas surgidas al experimentar por primera vez en acción lo que denominaron “la industria cultural”. Bajo el título *La dialéctica de la ilustración* (Adorno y Horkheimer, 2007) los pensadores plasmaron el horror y la inquietud que les produjo ver cómo la cultura se había industrializado, serializado y convertido en un divertimento para las masas. En este proceso percibieron ecos de las técnicas de dominación masiva que se habían gestado y experimentado durante el nazismo del que habían escapado en Alemania. A los ojos de los dos académicos la cultura autónoma perdía su lugar para dejar paso a una cultura diseñada exclusivamente para las masas. Esta cultura presuntamente apolítica y pensada para entretener encubría la ideología que transmitía, una ideología diseñada para perpetuar el modelo económico imperante.

En un artículo titulado “Culture Industry Reconsidered” (Adorno y Horkheimer, 1991) estos autores argumentaban que, cuando escribieron *La dialéctica de la ilustración*, “reemplazamos la expresión ‘cultura de masas’ por ‘la industria cultural’ para excluir desde el principio una posible interpretación con la que podrían estar de acuerdo los defensores de esta realidad: que nos enfrentamos a una cultura que surge de forma espontánea de las masas, una forma contemporánea de arte popular” (1991: 98). Con esto querían dejar claro que estaban hablando de un sistema de producción masivo de la cultura y no de un fenómeno social de producción de la cultura. En sus obras, Adorno y Horkheimer siempre describieron a las masas como un conglomerado de consumidores de cultura acríticos e influenciables⁵ a merced de los discursos e ideologías promulgados por la industria cultural.

Al insertar el término “industria” en el sistema de producción de la cultura los pensadores alemanes eran conscientes de que podían generar cierta controversia, y pese a que escribieron que “la expresión industria no ha de ser leída de forma literal, con ella nos referimos al proceso de estandarización de la propia cultura” (1991:100). Justificaron su elección argumentando que “el cine y la radio (...) se llaman a sí mismos industrias, y las cifras publicadas de los sueldos de sus directores generales acaban con toda duda respecto a la necesidad social de sus productos” (2007:134).

⁵ No será hasta la llegada de los Estudios Culturales de la Escuela de Birmingham a finales de la década de los 60 cuando la izquierda empiece a pensar en las masas como consumidores activos de cultura con capacidad de decodificar y rearmar los discursos generados por la industria cultural.

Una de las consecuencias más notables de este proceso de industrialización de la cultura era la fusión de lo que se había denominado alta y baja cultura en una sola realidad mercantilizable y de fácil distribución. “En detrimento de ambos [la industria cultural] junta por la fuerza las esferas del arte popular y del arte elevado, separados desde hace miles de años” (1991:98). Esto lleva a la edulcoración del segundo, todo se transforma en formas más asimilables por el gran público, que al carecer de un juicio crítico necesita que la complejidad sea transformada en patrones simples e identificables⁶. Gracias a los avances técnicos toda forma cultural se podrá capturar, serializar y reproducir. En este proceso perderá parte de su esencia y posible carga crítica, lo que les lleva a escribir que “la estandarización y la reproducción en serie han sacrificado aquello por lo que la lógica de la obra se diferenciaba de la lógica del sistema social” (2007:134).

Las tecnologías de producción y distribución de la cultura encarnan un sistema ideológico que cree a pies juntillas en el desarrollo tecnológico como forma de evolución social; se crea una racionalidad técnica que “es hoy la racionalidad del dominio mismo” (2007:134). El mercado segmenta a los consumidores creando gustos, intereses y necesidades, articulando una aritmética de la subjetividad. Los individuos pierden su capacidad crítica y de forma compulsiva consumen los objetos culturales que dependiendo de su rol social les es dado consumir. “Cada uno debe comportarse más o menos espontáneamente de acuerdo con su nivel, que le ha sido previamente asignado a partir de indicios, y echar mano de la categoría de productos de masas que ha sido fabricada para su tipo” (2007:136). Esta visión pesimista de una sociedad dominada por una élite manipuladora que posee los medios técnicos para perpetuar su dominación presenta a los consumidores como unos simples peleles en manos de una clase dirigente que elige de antemano qué objetos culturales han de consumir y los reproduce y serializa del tal manera que a nadie le falte su dosis de cultura. Por esta razón no extraña que escriban que “la atrofia de la imaginación y de la espontaneidad del actual consumidor cultural no necesita ser reducida a mecanismos psicológicos. Los mismo productos, empezando por el cine sonoro, paralizan, por su propia constitución objetiva, esas facultades” (2007:139). La industria cultural ha eliminado cualquier componente crítico de la cultura, que ahora es un mero entretenimiento para las masas alienadas.

⁶ Los autores no escatimarán en críticas a fenómenos musicales como el jazz, en el que ellos ven el paradigma de la vulgarización de la música y la simplificación de composiciones clásicas en estándares fácilmente reproducibles.

La industria cultural diseña modelos de vida, ideales, valores y horizontes de existencia. Hollywood construye imaginarios que la gente querrá reproducir adquiriendo los mismos objetos y vestidos y aprendiendo los estilos y modales de las estrellas que más admiran. Se generan referentes morales y mediáticos que sirven para dominar a los consumidores, “hoy las masas engañadas sucumben, más aún que los afortunados, al mito del éxito” (2007:146). En definitiva la industria cultural se pone al servicio de la perpetuación de la ideología que sostiene un modelo de producción muy específico, el capitalismo, del que “no en vano procede el sistema de la industria cultural de los países industrializados más liberales, como también es en ellos donde triunfan todos sus estilos característicos, especialmente el cine, la radio, el jazz y las revistas ilustradas. Su avance sin duda se debe a las leyes generales del capital” (2007:145). El entretenimiento y la diversión distraen a los trabajadores de los verdaderos objetivos de la industria cultural: hacer más llevadero un sistema de explotación y de dominación en el que todos nos hallamos sumidos. “La diversión es la prolongación del trabajo bajo el capitalismo tardío” (2007:150), es la forma tolerable de aceptar que la vida y el trabajo se disuelven irremediabilmente. La cultura serializada y despolitizada neutraliza cualquier visión crítica de la sociedad, contribuye a eliminar antagonismos y sublima las aspiraciones de libertad de trabajadoras y trabajadores que ven en el ocio la vía de escape a los sinsabores del trabajo.

Esta visión tan tendenciosa de la industria cultural ha sido rechazada por muchos por ser extremista, por tener una visión hermética de la sociedad, por restarle voluntad a los consumidores y por presentar una visión totalitaria en la que no hay espacio para rupturas, fisuras o movimientos que pongan en jaque el propio sistema. Conscientes de la validez de muchas de estas críticas queremos resaltar una de las intuiciones que tuvieron estos dos autores y que a nuestro parecer sigue siendo un punto crucial que definirá el funcionamiento de las industrias culturales de las que hablaremos a continuación. Según ellos “la industria cultural tiene su ontología, un andamiaje de categorías básicas y rígidas de carácter conservador, en las novelas comerciales inglesas de finales del siglo XVII y principios del XVIII. Lo que se presenta como progreso en la industria cultural, las novedades incesantes que ofrece, sólo constituye un disfraz de lo mismo que se repite eternamente”(1991:100). Los modelos de producción de cultura limitarán el potencial real de los productos que generen, y no será hasta que, como veremos más adelante, se pongan en tela de juicio los propios modelos de producción, cuando podrá emerger una nueva forma de producir y distribuir cultura de manera que esta escape de la función meramente mercantil que se

le ha asignado y pueda comprenderse su verdadero papel como elemento de transformación individual y social.

Expansión discursiva de la cultura como factor de desarrollo

La noción de desarrollo económico ha ido mutando en las últimas décadas debido a la ampliación de los factores que se consideraban determinantes en su conceptualización en los tratados clásicos de economía “donde se equiparaba crecimiento con progreso material” (Throsby, 2001: 74). Durante los años 60, autores como el economista Simon Kuznets en su libro *Modern Economic Growth: Rate, Structure and Spread* mostraban una visión deudora de nociones materialistas identificando “el crecimiento económico de las naciones con un aumento sostenido del producto per cápita o por trabajador” (2001:74). Con la paulatina desaparición del Estado de Bienestar, la noción de desarrollo va cambiando a finales de la década de los 80 “cuando la Estrategia de las Naciones Unidas para el Desarrollo para la década de 1990 adoptó el desarrollo humano como su objetivo clave, y el programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) instituyó su *Informe sobre el Desarrollo Humano*, editado por primera vez en 1991. Se considera que el objetivo del desarrollo humano es el de expandir las capacidades de las personas para llevar el tipo de vida que deseen” (2001:80). Esta nueva conceptualización de la noción de desarrollo económico, que entiende el capital humano como elemento constitutivo, se sitúa cada vez más cerca de considerar la cultura como un factor clave. Sobra decir que lo que se va describiendo, más que una historia lineal del progreso donde elementos cada vez más cercanos a lo social y a lo cultural resitúan al capitalismo en un esfera más democrática y justa, es situarnos frente a estrategias para paliar modelos fallidos a través de nueva savia y la explotación de nuevos recursos. Tal y como señala George Yúdice, “el recurso al capital cultural es parte de la historia del reconocimiento de los fallos en la inversión destinada al capital físico en la década de 1960, al capital humano en la década de 1980 y al capital social en la de 1990. Cada nuevo concepto de capital se concibió como una manera de mejorar algunos fracasos del desarrollo según el marco anterior (...) La premisa del beneficio indirecto de la teoría económica neoliberal no se ha confirmado. Por consiguiente, se ha recurrido a la inversión en la sociedad civil y en la cultura, como su principal animadora” (Yúdice, 2002:28). Sirva esto para entonar mejor el devenir de este capítulo y para distanciar nuestra postura de la cándida celebración que parece suponer para muchos el hecho de que la cultura forme parte de un discurso económico sin con ello poner en cuestión o rebatir los postulados neoliberales.

Los dos hitos que sitúan definitivamente la cultura como factor de desarrollo tienen como principal protagonista al Banco Mundial. Por un lado, está la conferencia sobre cultura y desarrollo celebrada en África en 1992 y, por otro, el que probablemente fue verdadero punto de inflexión, la conferencia que el Banco Mundial celebró en 1999 en Florencia junto al Gobierno de Italia y la UNESCO bajo el sugerente título “Culture Counts”. A continuación vamos a revisar el discurso e intenciones que se esgrimieron durante ese encuentro, que nos ayudarán a entender mejor la constitución de la cultura como factor de desarrollo.

En octubre de 1999, James D. Wolfensohn, el entonces presidente del Banco Mundial, declaró en su ponencia inaugural del encuentro “Culture Counts: Financing, Resources and the Economics of Culture in Sustainable Development” (World Bank, 1999) que la cultura era un componente esencial del desarrollo económico y que, en adelante, desempeñaría un papel más importante en el modelo y condicionamiento de las operaciones económicas del Banco. Este acercamiento abría la puerta a la “aplicación de parámetros económicos a la producción, distribución y consumo de todos los bienes y servicios culturales”⁷ y, como señala Yúdice “cuando poderosas instituciones como la Unión Europea, el Banco Mundial (BM), el Banco Interamericano de Desarrollo y las principales fundaciones internacionales comenzaron a percibir que la cultura constituía una esfera crucial para la inversión, se la trató cada vez más como cualquier otro recurso” (Yúdice, 2002:27). En ese mismo encuentro de octubre de 1999 en su misión como portavoz del Banco Mundial, Wolfensohn hacía hincapié en el papel de la cultura como elemento de desarrollo en el que “la cultura material y la cultura expresiva son recursos desestimados en los países en vías de desarrollo. Pero pueden generar ingresos mediante el turismo, las artesanías y otras actividades culturales”. Esta lógica también englobaba al patrimonio, que se estimaba como un elemento –tangibles o intangibles– que genera valor y que es fundamental para el desarrollo, como declaraba Wolfensohn: “Parte de nuestro desafío conjunto es analizar los recursos locales y nacionales para inversiones que restauran y derivan del patrimonio cultural, trátense de edificios y monumentos o de la expresión cultural viva como la música, el teatro y las artesanías indígenas” (World Bank, 1999). Esta inversión en la sociedad civil y en la cultura por parte de los organismos financieros, como forma de vigorizar la economía ya que presuntamente va a generar desarrollo, necesita instrumentos de medición, indicadores que permitan evaluar la idoneidad del

⁷ Ésta es precisamente la definición que Ruth Towse hace de la economía de la cultura en la introducción al *Manual de economía de la cultura* (Towse, 2003)

entorno o proyecto cultural que se va a financiar, cuestión que trataremos a fondo en el capítulo 5. Si bien organismos como el Banco Mundial utilizan la noción de “desarrollo sostenible” desde hace más de una década –abarcando cuestiones medioambientales, sociales y culturales–, los indicadores de impacto y las formas de medir el interés de proyectos o iniciativas culturales y/o sociales carecen de una visión ecosistémica. Si la cultura participa en este escenario dibujado a través de dictados economicistas, es a cambio de demostrar que puede proporcionar una forma directa o indirecta de ganancia.

A continuación vamos a ver cómo los discursos nacidos en la crítica cultural sobre la relación entre economía y cultura se van articulando desde otras perspectivas fomentándolos como paradigma para el desarrollo.

Las industrias culturales como paradigma

El concepto de “Industria Cultural” de Adorno y Horkheimer pasa a tener otras connotaciones y usos a finales de los 70 y principios de los 80 cuando toda una serie de pensadores y organismos vinculantes en materia de políticas públicas empiezan a utilizarlo. En 1979, la UNESCO puso en marcha un programa comparativo a nivel internacional sobre las industrias culturales que culminó en una conferencia en Montreal en junio de 1980. En 1982, la UNESCO publica *The Culture Industries. A challenge for the future of culture*. En este documento se hace referencia directa al ensayo de Adorno y Horkheimer y se denuncia el excesivo peso dominante de algunas compañías y firmas y la “subordinación de los artistas a las fuerzas del mercado o a los dictados de las demandas de los consumidores” (UNESCO, 1982). En el informe, se esgrimen también algunas de las críticas que los filósofos alemanes habían realizado 40 años antes, como la homogeneización de la producción cultural y de los valores que ésta representa en cada contexto, extendiendo ese fenómeno no sólo al caso de estudio de Adorno y Horkheimer (EE UU) sino a nivel internacional. En la multitud de visiones que confluyen en dicho documento, también hay aportaciones que defienden el papel que han tenido las industrias culturales a la hora de posibilitar el acceso a contenidos y conocimientos que sus productos ofrecen. La UNESCO hacía así un llamamiento a sus Estados miembros para que llevaran a cabo estrategias que tuvieran en cuenta la influencia de las industrias culturales. Estas estrategias insertadas en políticas nacionales debían unir los intereses compartidos de la ciudadanía y regular la forma en la que las industrias culturales podían producir y difundir una idea estandarizada de la cultura a través de sus productos, que podían

homogeneizar la diversidad cultural existente en el mundo. Desde el ámbito de la sociología, también nacieron visiones que, si bien tomaban en consideración el trabajo de Adorno y Horkheimer, “se distanciaban del pesimismo y la carga crítica frontal que postulaban” (Hesmondhalgh, 2007:17). Es por ejemplo el caso del sociólogo francés Bernard Miège que, como nos cuenta David Hesmondhalgh, junto a otros sociólogos de la época “reprochaban el acercamiento nostálgico de Adorno y Horkheimer a las formas pre-industriales de la producción cultural. Siguiendo a otros autores críticos de la Escuela de Frankfurt, como el amigo y contemporáneo de Adorno Walter Benjamin, Miège argumentaba que la introducción de los procesos de industrialización y las nuevas tecnologías en la producción cultural en realidad había incrementado su mercantilización, pero también había conducido a excitantes nuevas direcciones e innovaciones” (2007:18). Así empieza a crecer una línea de pensamiento donde se considera que las industrias culturales suponen un ámbito de producción muy diferente al de las industrias tradicionales y que su actividad de base creativa e intangible puede generar numerosos beneficios en materia de servicio público y como elemento de transformación urbano y económico para las ciudades que se encontraban en pleno proceso de degradación postindustrial durante la década de los 70 y 80.

Esto lleva a ver las industrias culturales como avivadoras de los procesos de terciarización de las ciudades, y en consecuencia pasan a ser percibidas como motor de cambio gracias a los contenidos y valores añadidos que generan⁸. El rol de las industrias culturales como factor de desarrollo cultural urbano y como activo participante en las mutaciones del tejido industrial gana posiciones y se introduce en las agendas políticas durante las décadas de 1980 y 1990, que los entienden como facilitadores que facilitan “la maximización de los rendimientos económicos en términos de ingresos y empleo para la economía local, la promoción de “imágenes” de ciudades como centros económicos dinámicos y la cooptación de la cultura como fuerza económica positiva en la regeneración social y física de zonas urbanas en decadencia” (Throsby, 2001: 142).

Muchas ciudades apostaron por fortalecer una industria que, en dicho proceso de terciarización económico-social pudiera funcionar como motor económico del nuevo paradigma. Evidentemente nos referimos al turismo cultural la industria que de forma más acuciante ha formado parte de un proceso integral de cambio en las estrategias para concebir, proyectar y gobernar las ciudades contemporáneas. En los procesos de

⁸ Cabe señalar que a la industria del cine se la considera además un referente en los procesos de deslocalización de la producción con el modelo de especialización flexible posfordista (ver Yúdice, 2002).

construcción de ciudades marca (Harvey, 1989) se hace necesario proyectar un imaginario atractivo que pueda crear un valor diferencial en el mercado competitivo de capitales culturales. Dentro de esa lógica, la valorización del patrimonio cultural es una de las estrategias clave de proyección y resignificación de las ciudades. Monumentos, conjuntos arquitectónicos, emplazamientos, etc. (UNESCO, 1972) son portadores de un capital cultural que con su restauración y puesta en valor constituye un importante activo que genera externalidades positivas en otros sectores, sobre todo en aquellos que integran la industria del turismo cultural. Bajo campañas institucionales como “Preservation pays” o “Conservation as development” diferentes administraciones activan la potenciación del patrimonio histórico-cultural, recuperando monumentos, edificios o espacios. En este proceso de regeneración del modelo económico con la creación de marca a través del patrimonio cultural y la consecuente activación del turismo cultural, hubo un caso que se erigió como ejemplo modélico: Barcelona. Los múltiples macroeventos culturales que han buscado activar el turismo cultural, el énfasis puesto en la recuperación de su legado modernista o la resignificación de su patrimonio natural, el mar, son claros ejemplos de la estrategia seguida por Barcelona para convertirse en capital cultural de obligado paso⁹.

La construcción de nuevas infraestructuras culturales que puedan funcionar a modo de icono para avivar la imagen de las ciudades ha sido otra de las estrategias a seguir en el marco del *branding metropolitano*. Recurrente es el ejemplo del Guggenheim de Bilbao, que sirvió como precedente para llevar a cabo otras franquicias en lugares como Río de Janeiro y que fue puesto en marcha por “los dirigentes políticos y empresariales locales, preocupados por el desgaste de la infraestructura postindustrial en Bilbao y por el terrorismo, procuraron revitalizarla invirtiendo en una infraestructura cultural que atrajera a los turistas y sentara las bases de un complejo económico destinado al servicio, a la información y a las industrias de la cultura” (Yúdice, 2001:34).

Vemos así cómo la culturización de las ciudades está directamente ligada a la reinención de su modelo económico y cómo las industrias culturales son llamadas a jugar un papel importante en la creación de contenidos y en la difusión internacional de los imaginarios, símbolos y relatos que las configuran. A continuación y para cerrar

⁹ Para un análisis crítico de los impactos sociales y políticos de la marca Barcelona, es especialmente interesante la investigación que ha realizado Mari Paz Balibrea, que se puede consultar en diversos textos y artículos publicados como “Barcelona: del modelo a la marca”, “Descubrir mediterráneos: La resignificación del mar en la Barcelona postindustrial” o “La marca y el pasado: estrategias de lucha por el espacio social en la Barcelona Postindustrial” (este último en *Producta50*, 2007).

este capítulo, nos lanzamos a analizar la complejidad inserta en este nuevo paradigma de relación entre procesos económicos y culturales a través de un doble proceso que se ha articulado en paralelo: la culturización de la economía y la economización de la cultura.

Dos movimientos simultáneos entre economía y cultura

1) Progresiva culturización de la economía

Todos los cambios de percepción en torno al potencial de la cultura propiciaron que el sector empresarial, en su afán por adaptarse a las nuevas realidades productivas surgidas fruto de una economía informacional, comenzara un paulatino proceso de “culturización”. Ciertas disciplinas académicas se refieren a este proceso como la emergencia de una “cultural economy” o “economía cultural”, área de estudio que se centrará en entender “aquellos procesos sociales y culturales que contribuyen a generar aquello que normalmente denominamos lo económico” (*Cultural Economy Reader*, 2004:xviii). Dos de los autores que más llamaron la atención sobre este fenómeno fueron Scott Lash y John Urry que en 1994 escribieron *Economies of Signs and Spaces*, un libro en el que analizan en detalle esta transformación industrial, que vinculan en parte al nacimiento y consolidación de las industrias culturales. De forma grandilocuente sostienen que “nosotros afirmamos que los modelos de producción de la industria manufacturera tradicional se parecen cada vez más a las formas de producción de la cultura” (1994:123). Con esta aseveración ponen énfasis tanto en la integración de formas de trabajo más flexibles, reflexivas y horizontales, como en la creciente importancia que adquirirá la estética y el diseño en la producción contemporánea. Según estos autores la economía dependerá de dos factores, el conocimiento y la reflexividad, y argumentan que “ahora los trabajadores deberán tomar decisiones de forma frecuente para decidir qué formas de producción son las más adecuadas para las nuevas mercancías. Es trabajo reflexivo en cuanto a que gran parte del tiempo se empleará en diseñar nuevos productos” (1994:122). Según Lash y Urry, esta forma de trabajar que combina reflexión e inventiva proviene típicamente del mundo de la cultura.

Una de las consecuencias más evidentes de estos cambios será la creciente importancia que adquirirán las marcas y el *branding* en todos los ámbitos de la economía contemporánea. –incluyendo los modelos económicos urbanos, tal y como hemos visto en las estrategias de branding metropolitano-. El diseño gráfico, la creatividad y el ingenio se pondrán al servicio de las empresas que de forma paralela

deberán aprender a gestionar los intangibles y los derechos de propiedad intelectual que deriven de sus productos. La “acumulación de signos” que potencialmente pueden ser transformados en activos y explotados económicamente hará que el sector empresarial tenga que aprender a producir y a gestionar una serie de saberes y conocimientos que serán factores decisivos en su crecimiento. Como introducíamos al principio de este capítulo y como ya hemos indicado en otra ocasión (ver YProductions, 2009), fue el sector empresarial asiático, concretamente el japonés, el que más tiempo invirtió en diseñar técnicas de gestión del conocimiento producido por la empresa y por todos sus trabajadores. A consecuencia de este proceso se valoraron los conocimientos tácitos de los empleados de las grandes empresas y se integraron fórmulas para fomentar la imaginación y la creatividad de la plantilla. Sólo dentro de este contexto se puede entender la aparición y el rápido ascenso de las marcas como elementos determinantes de esta economía cultural, las marcas son las mediadoras y las depositarias de gran parte del valor de las empresas, son la quintaesencia de los signos que anunciaban Lash y Urri.

2) Crecimiento y expansión de las industrias creativas

La creciente culturización de la economía y la sociedad va a necesitar un sector que pueda proveer objetos, imágenes y afectos de carácter cultural. Las industrias culturales tal y como se comprendían hasta el momento –sectores bastante tradicionales como el editorial, el musical, el cinematográfico, etc.– se mostrarán insuficientes para acometer por sí solas esta misión. Es en este contexto que en Australia apareció un documento de política cultural que introdujo un nuevo epígrafe comercial que ha tenido importantes consecuencias. En el año 1994 el Gobierno australiano, con el objetivo de redefinir el potencial y tamaño del sector cultural, publicó un documento denominado “Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy”¹⁰, en el que por primera vez y de forma pionera se utilizó la noción de “sector creativo”. Este sector, que debía comprender tanto a microempresas, trabajadores autónomos y agentes independientes que trabajan en los márgenes de la industria cultural como a los grandes estudios de televisión o cine, las editoriales y aquellos sectores tradicionalmente considerados como industrias culturales, se presentó en el documento como un nuevo sector estratégico en la producción de valor y en la generación de una identidad australiana.

¹⁰ <http://www.nla.gov.au/creative.nation/industry.html>

En el documento se manifestó de forma explícita la necesidad de valorizar el patrimonio histórico-cultural de la nación, de diseñar estrategias para atraer turismo cultural y de poner la cultura al servicio de la producción de una identidad colectiva, pero sobre todo, puso la creatividad¹¹ en un lugar privilegiado dentro de la cadena de producción de la cultura. Las industrias culturales necesitan de esta creatividad, término elusivo y de difícil conceptualización, para poder crecer y abastecer la creciente demanda de productos culturales. Para ello se establecieron una serie de medidas y de objetivos a impulsar por el Gobierno, que adoptaría un rol más activo en la promoción de esta nueva realidad.

Estas ideas fueron recuperadas por el equipo del recién nombrado primer ministro británico Tony Blair, que las introdujo en Reino Unido y estableció los órganos necesarios para implementarlas cuando llegó al Gobierno en 1997. Como anuncia María Ptqk en su texto “Be creative under-class! Mitos, paradojas y estrategias de la economía del talento”¹², estas industrias creativas supondrían un “doble movimiento de economización de la cultura y culturalización de la economía” (2009:1). De nuevo la creatividad se articula como un factor central en el desarrollo de este sector cuya definición oficial reza de la siguiente manera: “Las industrias creativas son aquellas industrias basadas en la creatividad individual, las habilidades y el talento. También son aquellas que tienen el potencial de crear riqueza y empleo a través del desarrollo de la propiedad intelectual”. (DCMS, 2001:4) , y con el objetivo de inaugurar un sector capaz de generar riqueza y empleo en las ciudades, el Gobierno británico puso en marcha el Creative Industries Task Force, un organismo que debía determinar tanto el verdadero potencial de crecimiento del sector como diseñar los planes y estrategias necesarios para que este sector pudiera crecer al ritmo deseado.

Una de las problemáticas derivadas de aunar en un mismo sector prácticas macro – empresas de producción o distribución de cultura que operan con estructuras de acumulación verticales– e iniciativas micro –trabajadores autónomos, freelances, microempresas, etc.– es que difícilmente se podrá diseñar un marco cohesionado que satisfaga las necesidades de estas realidades tan dispares.

¹¹ Se usa “creatividad” sin definir muy bien qué significa exactamente.

¹² Disponible en nuestra biblioteca online
www.ypsite.net/recursos/biblioteca/documentos/be_creative_underclass_maria_ptqk.pdf

Estas microempresas culturales que forman parte del tejido cultural y artístico, han ido desarrollándose gracias a dinámicas cooperativas, de prestación mutua de servicios a veces en tratos informales y han sobrevivido usando buenas dosis de ingenio para gestionar su día a día¹³. Los modelos jurídicos y fiscales a los que se van a ver sometidas no han sido pensados como herramientas útiles para el fomento de las estructuras y realidades de las que parten. El tipo de relaciones laborales bajo el que funcionan estas microempresas, así como los modelos organizativos, tipos de productos y servicios que ofrecen, formas de operar combinando estructuras formales e informales, etc., son muy diferentes a las perpetuadas por las industrias culturales. Sin atender a este orden estructural, se pueden formalizar y legitimar una serie de prácticas que tienden a la autoexplotación y a la precarización de la vida de las trabajadoras y los trabajadores de la cultura. En una investigación sobre el emprendizaje en cultura que va a ser publicado en breve, Jaron Rowan ha realizado un trabajo etnográfico entrevistando a los responsables de diferentes iniciativas de este tipo en el Estado español y analizando esta realidad. Según Rowan “algunos autores ya han argumentado (Gill, 2002, Banks 2009) que de la mano de la flexibilidad e informalidad que definen el sector se han introducido viejas formas de discriminación laboral –de género, por raza, etc.– que en otros sectores se estaban erradicando” (Rowan, 2009: 115).

Por otro lado, este discurso introduce en procesos colectivos de producción y cooperación una “cultura de la individualización” (McRobbie, 2001:2), donde la figura del emprendedor es sinónimo de un individuo creativo y joven que se autorresponsabiliza de su labor cuyo ejercicio de autoempleo y precarización se identifica con la libre ejecución de un trabajo cuyo único jefe es uno mismo. Tal y como señala McRobbie “el nuevo mantra es el ‘autoempleo’. Monta tu propio negocio, ¡siéntete libre para hacer lo que quieras! ¡Vive y trabaja como un artista! ¡Puedes conseguirlo si te lo propones! Esta ‘promoción’ del trabajo creativo –o de tener una actitud creativa en el trabajo– es especialmente atractiva para los jóvenes puesto que el énfasis que implica descubrir nuevos talentos nace de la cercanía de los jóvenes a los campos en los que el espacio para la creatividad parece mayor: la música popular,

¹³ Son muchas las iniciativas culturales que pivotan entre proyectos que reciben ayudas a fondo perdido con tareas comerciales que en ocasiones se entiende como el trabajo alimenticio del modelo productivo. Introducir todas las posibles variantes de este tablero complejo en un mismo rasero, homogeniza y precariza las posibles formas de entender y llevar a cabo la producción cultural de esta esfera formada por microrrealidades hasta hoy poco estudiadas y comprendidas. Como comentaremos con más detalle en las conclusiones, existen empresas y plataformas colectivas que entienden su labor en el ámbito cultural como parte de una concepción política donde el conocimiento y los saberes se desarrollan en, para y por el grueso social y no son entendidos como recursos o como meros instrumentos, sino como elementos que conforman un ecosistema cuyo status público y regenerativo ha de ser preservado.

el cine, el arte, la escritura, la moda o el diseño gráfico” (2001:3). Otras autoras como Isabel Lorey han analizado estas estrategias de normalización como una forma de gubernamentalidad¹⁴ (Lorey, 2008), donde el sujeto creativo (productor o productora cultural) cree elegir ese estado de precarización y puede concebirlo como un subterfugio de libertad e incluso “como oposición a la gubernamentalidad liberal” (2008:77).

En este escenario complejo, constituido por paradojas donde la libertad del individuo opera bajo un nuevo modelo de dominación, podemos hallar el constructo ideológico del cruce entre la culturización de la economía y la economización de la cultura. Este paradigma constituye un modelo hegemónico de neoliberalización de la cultura en el que nociones como sujeto creativo, autoempleo, independencia, libertad, etc. se reconceptualizan bajo una lógica férrea del libre mercado. En el capítulo 5 de esta investigación desarrollaremos en profundidad estos problemas cuyo desenlace en el discurso de las industrias creativas incorpora maniobras estandarizadas para intentar formalizar la economía y estructuras del tejido artístico y cultural reproduciendo viejos paradigmas de explotación y discriminación social.. Pasamos al siguiente capítulo donde repasaremos los diferentes modelos de políticas culturales que se han ido desarrollando y los discursos, conceptos y acepciones que se han ido construyendo en cada caso.

¹⁴ Concepto elaborado por el filósofo francés Michel Foucault sobre las tácticas de poder para que promueven que los sujetos interioricen procesos de autogobierno. Para más información consultar libros como o ‘El nacimiento de la biopolítica’ (1979) o la trilogía de ‘Historias de la Sexualidad’

Capítulo 2. La política cultural y la economía de la cultura

Ninguna cultura se ha creado por el pueblo, toda cultura ha sido creada para él.

Gaëtan Picon, 1979

Si bien en el capítulo anterior hemos visto cómo la noción de cultura ha ido mutando a medida que estrechaba lazos con la esfera de la economía, este capítulo lo vamos a dedicar a comprender la función del Estado como elemento mediador de este conjunto de relaciones. Con este fin, nos haremos eco de un largo debate en torno a la función de la política cultural, del Estado como ente regulador del gusto y de los límites entre las competencias públicas y privadas a la hora de gestionar la cultura. Realizando esta genealogía estaremos en mejor disposición para analizar los discursos neoliberales en torno a la función del mercado como garante de acceso a la cultura y como motor para su democratización.

La cultura como aglutinador de Estado

Es oportuno empezar entendiendo la doble función que Miller y Yúdice le otorgan a las políticas culturales en su muy completo libro *Política Cultural* (Miller y Yúdice, 2004). A lo largo de sus páginas los autores desgranar la historia de la política cultural vertebrándola sobre un doble proceso: su uso como elemento para consolidar la construcción del Estado –como elemento, por tanto, político– y como sistema de construcción de una filosofía del gusto –como elemento bio-político–. Para llevar a cabo tales fines se erigirán toda una serie de instituciones, se plantearán políticas y se promoverán organizaciones cuyo objetivo será “canalizar tanto la creatividad estética como los estilos colectivos de vida” creando de esta manera “un puente entre dos registros” (2004:11).

Veamos primero de qué manera estos dos analistas conciben la cultura como elemento de construcción de Estado y articulación de estilos de vida para luego entender su función como un entramado de formas de legislar el gusto y la estética. En su libro se remontan hasta el siglo XV y ven en la génesis de los primeros Estados-nación europeos los incipientes signos de una política cultural. Argumentan que “el Estado surgió como una tendencia centralizadora cuya finalidad era normalizarse a sí mismo y normalizar a los otros” (2004:14). Con este objetivo, se empezó a legislar en primer lugar sobre el idioma, un elemento cohesionador capaz de establecer

identidades colectivas. En esta misma línea es interesante también analizar las ideas de Benedict Anderson, que en su libro *Comunidades Imaginadas* describe la importancia de la imprenta para la consolidación de los Estados-nación. Las bases para la identificación de las comunidades con un Estado-nación se sentaron al asociar estas comunidades de hablantes con un mismo idioma –y poder verlo escrito por primera vez fuera de ámbitos estrictamente seculares–, y vincular a su vez este idioma con un límite administrativo marcado por el Estado. Por esta razón muchos Estados emergentes comenzaron a definir los usos de su idioma y se preocuparon por su difusión y su enseñanza.

En este proceso, Miller y Yúdice ven parte de los orígenes de la política cultural tal y como la entendemos hoy en día. Los Estados tienen que construirse a sí mismos pero también las identidades de sus habitantes. En este sentido escriben que “cuando se reunificó Italia en 1870, Massimo d’Azeglio comentó, auspiciando la política de la lengua, que ‘hemos hecho Italia; ahora tenemos que hacer los italianos’” (2004:17). Este uso del idioma como elemento de construcción de Estado sigue estando plenamente vigente, especialmente en países con gobiernos nacionalistas, regiones en proceso de descolonización o en comunidades autónomas como Cataluña o Euskadi, donde la construcción de la identidad nacional a través de políticas culturales que fomentan y refuerzan el uso del idioma local ha sido una constante desde 1978, cuando se estableció la organización del Estado español a través del sistema autonómico. Vemos pues que “la cultura es capaz de producir la consolidación nacional, garantizada por las instituciones estatales” (2004:21), tan sólo es necesario establecer los marcos político-culturales adecuados para asegurar que estos procesos se puedan llevar a cabo y erigir instituciones adecuadas para garantizar el éxito de los programas. De esta forma el Estado se construye a sí mismo a través de la cultura, que a su vez constituye un recurso para el propio Estado.

El gobierno y el gusto

Como hemos avanzado anteriormente, según Miller y Yúdice, para entender los orígenes de la política cultural tenemos que estudiar la producción y legislación del gusto y remontarnos a los ideales ilustrados y a la figura del filósofo francés Immanuel Kant, quien dedicará uno de sus más importantes libros a este asunto. Leemos que “en su *Crítica del Juicio*, escrita en el siglo XVIII, Kant concibe el gusto como ‘la conformidad con la ley sin la ley’ (1994:86). Ello quiere decir que la actividad estética, si se controla adecuadamente (...) produce en el sujeto humano un efecto y un saber

derivados de 'preceptos morales prácticos universalmente válidos', independientes de los intereses individuales" (2004:118). Kant verá en la belleza una cualidad metafísica, trascendental y atemporal, y el arte como su ejecución estética será el vehículo ideal para que dicha sustancia aparezca y pueda ser disfrutada por la sociedad. Las personas, frente a la belleza, estarán libres de prejuicios, y encontrarán en este espacio de contemplación un lugar donde comparar sus percepciones con las del resto de la humanidad gestándose un sentido de comunidad y de libertad. "Kant identifica el gusto como un tipo de *sensus communis* o sentido público, es decir, una facultad crítica que en su acto reflexivo toma en cuenta el modo de representación de los demás, a fin de comparar su juicio con la razón colectiva de la humanidad" (Kant, 1994:151)" (2004:18).

De esta forma nacerá un aparato legislativo que garantiza a los ciudadanos la posibilidad de beneficiarse de las bondades de la belleza, construir un juicio crítico y poder compararlo con el resto de las personas. En este sentido "Kant afirma que el desarrollo del juicio universal constituye el 'eslabón en la cadena de las facultades humanas a priori al cual debe supeditarse toda legislación'" (2004:21). La política destinada a garantizar el deleite estético y la formación de las personas a través de la contemplación de obras artísticas será sin duda alguna una política cultural, pero ésta vendrá marcada por una serie de peculiaridades que es importante tener en cuenta ya que la harán diferente de otras formas de política ya existentes. Estas políticas no legislarán el uso de los puertos, el establecimiento de aranceles o las formas de propiedad; estas políticas se preocuparán de los individuos, de sus gustos y se encargarán de que éstos puedan desarrollarse plenamente. Es en este contexto donde se introducirá "el concepto de gubernamentalidad de Michel Foucault" que "es clave para entender las acciones y demandas de los Estados occidentales en el dominio cultural, tanto históricamente como en la actualidad" (2004:13). Foucault usa el término para explicar "de qué modo el Estado moderno comenzó a preocuparse por el individuo" (2004:13).

Vemos de qué manera la política cultural emerge como una forma de gobierno del Yo, que no actúa de forma coercitiva sino como un sistema sutil de órdenes que serán interiorizadas por los sujetos. Miller y Yúdice inciden sobre este punto argumentando que "de acuerdo con el proyecto de gubernamentalidad, la aparición de una filosofía del gusto en el siglo XVIII desplazó la autoridad social afincada en la religión y el Estado teocrático, asignándola a lo social en cuanto terreno privilegiado donde se regularía el comportamiento en la edad moderna. Analizando la situación desde esta

perspectiva, cabe considerar que la pedagogía y el ejercicio del gusto se basan en la autoridad de una función fiscalizadora que el sujeto internaliza a través de la cultura” (2004:21). Estos autores no serán los únicos en reflexionar sobre la estrecha vinculación entre la política cultural y la gubernamentalidad, ya que vemos como muchos otros autores y autoras han enfatizado este punto; es el caso de Tony Bennett (1998), Lewis y Miller (2003), Jim McGuigan (2004) o Terry Eagleton (2006), quienes han trabajado de forma extensa sobre esta realidad. McGuigan argumenta que se trata de “un discurso que apareció adoptando diferentes manifestaciones y se construyó en torno a la idea de que los Estados-nación modernos debían controlar la sociedad, regular la economía y cultivar individuos adecuados, idea que hasta épocas recientes estaba muy difundida y que para nada era exclusiva de imaginarios socialistas o comunistas” (McGuigan, 2004:36). Por su parte Terry Eagleton en su fabuloso libro *La estética como ideología* (2006) concibe la estética como un mecanismo de legitimación de un poder no impositivo. Una vez derrocado el absolutismo, para ser consecuentes con sus nuevas ideologías, los gobiernos necesitan desarrollar otras maneras de ejercer el poder que no sean coercitivas. A partir de la Ilustración, la construcción del gusto a través de la estética se concibe como un complemento necesario a la razón, funcionando como mediador entre lo particular y lo universal. De esta manera la experiencia estética debe ayudar a perfilar al nuevo sujeto moral, su escala de valores y su código ético, construyendo un ámbito donde reconciliar idealmente la libertad con la voluntad y el deseo con la ley.

La esfera pública y sus descontentos (¡rájala Mary!)

La producción de sujetos a través de políticas que en principio se pensaron para gestionar la cultura es un dato muy importante a tener en cuenta, especialmente cuando más adelante veamos cómo el mercado ha venido a sustituir al Estado y ha asumido parte de sus competencias en materia cultural. Retomando a Kant, vemos que concibe la cultura como un bien universal capaz de producir conocimiento y de ofrecer sus bondades a todos los seres humanos, puesto que éstos ya están armados de razón, y la belleza, al ser un elemento trascendente, tiene la capacidad de conmover a todos por igual. Sobre esta idea se erigirá posteriormente la noción de esfera pública, es decir, un espacio público no contaminado de ideologías en el que los ciudadanos pueden juntarse y disfrutar de la cultura y su capacidad transformadora. Habermas (1962) criticará esta noción argumentando que ese ideal de esfera pública es completamente burgués, y que los valores de belleza universales que suscribe no pueden darse por sentados. Yúdice y Miller ampliarán esta crítica

escribiendo que “el ciudadano de buen gusto nunca ha sido universal en la práctica. En la historia de la estética se descubre un sentimiento, una figura –¿tal vez masculina?– sensual y romántica que puede morar y deleitarse en el resplandor de un objeto bello” (2004:24). Vemos pues que el ideal de belleza kantiano pese a que ha servido para preservar ciertas obras de arte apreciadas por la burguesía y generar una filosofía del gusto, ha servido también para excluir muchas otras manifestaciones culturales que no encajaban en el ideal clásico de belleza.

Si bien el Estado era el encargado de preservar estas obras, de garantizar que la esfera pública pudiera seguir existiendo y que los ciudadanos pudieran disfrutar de las virtudes de la cultura, el siglo XX será testigo de una serie de críticas dirigidas a los ideales de belleza y a las manifestaciones culturales que las encarnaban. En 1914 Mary Richardson –adecuadamente apodada *Slasher Mary* (*Mary la rajadora*)– atacaría la “Venus del Espejo” de Velázquez, en una de las primeras manifestaciones feministas en contra del canon universal de belleza que tenía el desnudo femenino como uno de sus referentes. De forma paralela se puso en tela de juicio la noción de “buen gusto” y se dejó de manifiesto su origen burgués. Autores como Raymond Williams aplicarán a la cultura “el concepto de hegemonía de Gramsci: (...) se asegura la hegemonía cuando la cultura dominante utiliza la educación, la filosofía, la religión, la publicidad y el arte para lograr que su predominio les parezca natural a los grupos heterogéneos que constituyen la sociedad” (2004:19). De esta forma se criticará la noción del gusto y se analizarán los discursos que lo sostienen, este proceso culminará en la maravillosa obra *La distinción* del sociólogo francés Pierre Bourdieu, quien no dejará sombra de duda en torno a la construcción del gusto como un elemento político, destinado a controlar a la ciudadanía y a mantener un cierto orden social. Frente a estas críticas, el Estado deberá redefinir su rol y repensar el papel de las políticas culturales. Si no existe un ideal de belleza, ¿qué obras deberá preservar? ¿Es necesaria una entidad que legitime el gusto? ¿A qué manifestaciones culturales se ha de garantizar el acceso?, y si la cultura tal y como se concebía ya era un elemento politizado, ¿Es posible establecer una política cultural que no responda a fines partidistas? Estos debates se repetirán a lo largo del siglo XX y nos acompañarán durante el siglo XXI sin que se haya encontrado una solución definitiva a todas estas problemáticas. Aun así, veremos cómo se han ido construyendo diferentes modelos para intentar solventar algunas de estas inquietudes.

Ministerios de Cultura

Uno de los principales órganos de regulación y administración de la cultura han sido los Ministerios de Cultura, entidades estatales que tradicionalmente han centralizado todas las competencias en lo referente a los asuntos culturales. Este modelo imperante en Europa encuentra en Francia su máximo exponente. El modelo francés, marcadamente estatalista, ha sido un referente para muchos otros países europeos – en los que se incluye el Estado Español–, y constituye un compendio de toda una serie de formas de concebir la política cultural en las que el Estado es el máximo garante del acceso a la cultura, el encargado de financiarla con el objetivo de democratizarla. En su libro *The Politics of Cultural Policy in France* (1991), el analista cultural Kim Eling subraya el importante papel que asumirá el Estado en términos de cultura en Francia. Como él mismo escribe, “en pocas democracias liberales tienen las políticas culturales gubernamentales un papel tan destacado en el discurso político, o tiene una implicación tan importante el Gobierno en la vida cultural de una nación, como en el caso de la Francia contemporánea” (1991:1) . En parte, uno de los motivos que Eling esgrime para justificar que esto sea así es que gran parte de estas políticas y formas de concebir la cultura son una herencia directa de la monarquía absolutista francesa. Según el autor tenemos que remontarnos a ese momento histórico para encontrar las primeras etapas de una forma de concebir la política cultural que se irá solidificando a medida que pase el tiempo y otras nuevas concepciones de la política cultural se vayan adhiriendo como capas a este origen. El autor ve en las grandes obras absolutistas el germen de lo que luego serán las grandes obras culturales o “grands travaux” que cada dirigente erigirá para mostrar el importante papel que tiene el Estado en la cultura, como la Pirámide del Louvre, la Ópera de la Bastilla, la Cité de la Musique o la Très Grande Bibliothèque, por nombrar algunas de las más significativas.

El Estado francés contemporáneo heredará del pensamiento absolutista la idea de su centralidad como elemento vertebrador de la cultura. De esta forma asumirá “dos papeles complementarios: el de mecenas, ofreciendo apoyo directo a los artistas y a las instituciones culturales, pero también el de censor, imponiendo controles estrictos a la producción y distribución de obras de arte” (1999:1). Esta centralidad del Estado en asuntos culturales no ha sido inmune a las críticas. Una de las voces más significativas y corrosivas es sin duda la del historiador y ensayista francés Marc Fumaroli, que en su libro *El Estado Cultural* (Fumaroli, 2007) realiza una historiografía de las políticas culturales francesas, acusando al Estado de convertirse en lo que el autor denomina un “Estado cultural”. En su libro empieza diciendo que “en Francia, al

ser la esfera cultural en su conjunto responsabilidad del Estado, hay que vérselas con un Estado cultural que goza de un monopolio de hecho sobre la educación y la televisión y que practica además una política cultural” (2007:24). Si bien Fumaroli acepta que la centralidad del Estado en temas de cultura ha sido una constante en Francia, considera que con el advenimiento de la V República este hecho todavía se agravó más. En sus propias palabras, “la V República socialista se ha pretendido enteramente cultural. Ningún otro Estado democrático ha rematado un edificio tan compacto con mirar a la cultura; ninguno tiene, como Francia, un jefe de Estado cultural, ninguno se ha aferrado con tal tenacidad a mantener el control de la televisión” (2007:172).

Un elemento clave para poder entender este fortalecimiento del Estado en competencias culturales es sin duda el nombramiento del escritor André Malraux como ministro de cultura en 1959 por parte de Charles de Gaulle. Malraux definió un modelo de Ministerio de Cultura muy específico, marcando unos objetivos muy claros e imponiendo un modelo de cultura muy particular. Como argumenta Fumaroli, “Malraux aclimató, y era el único que podía hacerlo, una ideología cultural de Estado en Francia y en la administración francesa” (2007:157). Esta ideología que critica Fumaroli es una combinación de varias concepciones basada en un posicionamiento de izquierdas, una voluntad de “democratizar” o facilitar el acceso a la cultura y cierto esnobismo respecto a lo que debería considerarse cultura y qué manifestaciones culturales populares no deberían ser apoyadas por el Estado. Malraux, amante de la literatura, la poesía y la pintura, tiene grandes problemas para aceptar manifestaciones culturales cuya “excelencia” pone en entredicho; así, manifiesta es su aversión por la *chanson* francesa y otras formas de cultura popular. Tal y como suscribe Eling, “podemos interpretar las políticas desarrolladas por Malraux como un intento de combinar el objetivo de la democratización cultural con el concepto tradicional de excelencia artística, es decir, la política cultural se concibió como el proceso de acercar la ‘alta cultura’ a la gente” (1999:5). La piedra angular de su modelo estaría constituida por las denominadas “maisons de la culture”, una red de “casas de la cultura”, que Malraux planificaba erigir en cada ciudad o pueblo, en las que la gente pudiera acercarse a la cultura y disfrutar de todas las bondades que ésta es capaz de ofrecer. Pese a ser su medida más publicitada, la falta de presupuesto fue culpable de que muchas de éstas no llegaran a construirse, y las pocas que sí se llegaron a inaugurar no podían cubrir las necesidades culturales de un país creciente y cada vez más poblado.

Otro problema al que Malraux se enfrentaría es el de la distribución de presupuestos, pues si bien es verdad que las “maisons de la culture” constituían su plan más ambicioso, éstas no debían restar fondos a las formas de cultura ya instauradas, como los grandes museos o la Casa de la Ópera, que absorberían gran parte del presupuesto total destinado a sufragar la cultura. Fumaroli ve en la figura de Malraux el primer eslabón de un tortuoso camino que conduciría hacia la consolidación del Estado cultural. Él mismo se encarga de dejar clara su posición respecto a Malraux cuando escribe que “nunca se insistirá lo bastante en el error cometido en 1959, en la nueva distribución de competencias que llevó a la invención de un ministerio creado a medida para Malraux” (2007:103). Según Fumaroli, el Ministerio de Cultura diseñado por Malraux es parte de un entramado político de izquierdas que tiene como objeto último politizar a la sociedad e inocularles una ideología muy determinada. Por este motivo Fumaroli no duda en trazar analogías entre Malraux y Lenin o Stalin, argumentando que “es verdad que los ‘intelectuales antifascistas’ a los que pertenecía Malraux (...) tenían sus mítines en las Casas de la Cultura. El dirigismo cultural de Stalin les parecía un modelo, y la mejor respuesta posible al dirigismo de Hitler y Mussolini. Su problema era atraer al pueblo a su causa, y Malraux no era el único en pensar que las artes podían ser eficaces amantes” (2007:99). De esta manera el Ministerio de Cultura sería una suerte de centro ideológico, y las Casas de la Cultura sus tentáculos y lugares en los que nuevos adeptos podrían ser reclutados para el partido.

El Ministerio de Cultura será el encargado de financiar la cultura, preservar el patrimonio y promover que se siga produciendo, pero paralelamente se preocupará de educar a la sociedad para que pueda apreciar la cultura y acceder a sus manifestaciones más excelsas. Por esta razón tenderá a entender la cultura como una amalgama de objetos o “cosas”, como una colección de artefactos cuya indiscutible luz puede llegar a iluminar a todos los miembros de la sociedad, siempre y cuando sepan acercarse a estos objetos con sensatez y suficiente sensibilidad. Una línea muy clara demarcará la Cultura y la separará de las culturas populares, las consumidas por las masas o las producidas industrialmente que no tendrán lugar en el edificio cultural malrauxiano. Fumaroli se deleita escribiendo que Malraux “en 1968 conoció un primer y amargo fracaso. Por haber ‘cosificado’ la cultura, éste tuvo que descubrir que los beneficiarios de esas cosas le reclamaban otros objetos culturales de primera necesidad, los artefactos y placeres del mercado de tiempo libre” (2007:164). La sociedad le exigía al Estado el poder disfrutar de otras manifestaciones culturales, no

aceptaba la excelencia como única forma de validación. De esta forma, el Ministerio que concibió Malraux se irá deteriorando y sus sucesores buscarán una vía intermedia entre la excelencia y la democratización de la cultura. No será hasta el año 1981, momento en el que el presidente François Mitterrand asuma el poder, cuando una serie de profundos cambios empiecen a sacudir los cimientos que hasta ahora sostenían una visión de la cultura tan firme.

Como bien nos indica Eling acerca de Mitterrand, “bajo ningún otro presidente ocupó el Ministerio de Cultura un lugar tan importante, tanto en términos de prestigio y reconocimiento social como en los medios económicos que se pusieron a su disposición” (1999:xiv). Mitterrand nombró a un controvertido y mediático ministro de cultura, Jack Lang, que dejaría una profunda huella en el Ministerio y lo sometería a una serie de reformas. Éstas afectarán tan sólo al tipo de cultura que se considera debe ser mantenida por el Ministerio, y en ningún caso se cuestionará su centralidad como órgano de administración de la cultura francesa. Eling continúa argumentando que si bien “Malraux y sus sucesores expresaron abiertamente su desdén por formas tradicionales de cultura como puede ser la *chanson*, (...) Lang, al contrario no sólo aceptara que la cultura popular no es inferior a otras formas culturales, sino que trabajará de forma activa para expandir las funciones de su Ministerio y poder incorporar otras manifestaciones artísticas” (1999:8). De esta manera Lang empezará a reconocer que es necesario conciliar la Cultura con mayúsculas con otras manifestaciones que tengan un perfil más marcadamente económico o popular. Con esto, por primera vez en la V República, el Ministerio de Cultura comenzará a subvencionar formas de arte menor, manifestaciones de cultura popular y realizará los primeros guiños a las industrias culturales. Para Eling esto “representará un importante cambio de orientación de las políticas culturales establecidas por Malraux, en las que garantizar el acceso a la cultura se percibía como un servicio público y donde otras formas de cultura vinculadas a la economía de mercado se verán como simples formas de entretenimiento” (1999:9). Para reforzar esta idea Fumaroli se vale de unas declaraciones que Jack Lang realizó para la revista *Playboy* en 1981: “Me gustaría que se viera la cultura como placer, goce y no como deber, pedantería, privilegio de casta u obligación mundana”. Lang, según Fumaroli, ha conseguido identificarse mucho tiempo con esa definición de *music hall* (2007:180).

Pese a este giro hacia el mercado, el modelo de políticas culturales francés permanecerá esencialmente en su posición centralista, impulsando y protegiendo la cultura francesa. Un buen ejemplo es el del cine, donde el Gobierno llegó a

obstaculizar la distribución de películas estadounidenses en el país para evitar la competencia del gigante hollywoodiense con las producciones francesas. Esta noción del Estado como protector pero también como controlador de la cultura será ampliamente debatida y, en muchos casos, otros países experimentarán con diferentes organismos institucionales con el objetivo de divorciar la política de Estado con la cultura. Un claro ejemplo lo encontramos en el Arts Council británico, modelo al que prestaremos atención a continuación.

Arts Council

El Reino Unido fue uno de los primeros países en intentar desvincular la cultura de los intereses políticos directos, necesidad que se había reforzado debido al uso instrumental de la cultura que se hizo durante la segunda guerra mundial. Fue gracias al poder político que en esos momentos tenía el economista John Maynard Keynes cuando en 1946 se pudo lograr establecer el que sería el primer Arts Council, o Consejo de las Artes. De esta forma se rompería una larga tradición en la administración de la cultura en el Reino Unido, pues ya no estaría controlada por un Ministerio de Cultura sino por un órgano independiente que debía garantizar que la política y la cultura se mantuvieran a “un brazo de distancia¹⁵” el uno del otro. De esta manera el Estado debía continuar subvencionando la cultura, garantizando su acceso y administrando el patrimonio, pero las decisiones no se tomarían directamente por el Gobierno, sino por un organismo políticamente independiente –es decir, que no perteneciera a ningún partido– que mediaría entre la esfera política y la cultural. El Estado no dejará de responsabilizarse de la cultura, pero se procurará una cierta independencia en la toma de decisiones respecto a temas culturales.

El analista cultural Jim McGuigan nos recuerda que a principios del siglo XX “el Estado intervenía en la esfera cultural para subvencionar las artes, y esto lo hacía para conseguir diferentes fines de carácter nacionalista, propagandístico, redistributivo y, en definitiva, regulando la producción y circulación de formas simbólicas” (McGuigan, 2004:15). Con el objetivo de romper esta tendencia en el Reino Unido se establecieron diferentes organismos institucionales destinados a promover la cultura pero al mismo tiempo dotarla de autonomía política. Entre ellos se encuentran la “BBC, el Arts Council o English Heritage (...) que debían operar siguiendo el principio de ‘arms length’, en el que los gobiernos controlaban la distribución general de recursos para

¹⁵ La expresión original es “an arms length”.

dichas organizaciones pero no tenían potestad sobre sus decisiones u operaciones diarias. Este principio se estableció para garantizar la neutralidad política y la imparcialidad de las partes interesadas” (2004:38). Estos organismos debían preservar los valores de la cultura y mostrar su importancia a la nación. El valor público de la cultura estaba garantizado por instituciones que no se moverían al vaivén electoral y que estaban al margen de los dictados partidistas.

Dicho modelo tuvo muy buena recepción y sirvió de catalizador cultural durante toda la posguerra, de manera que otros países optaron rápidamente por erigir organismos parecidos; es el caso de Canadá, Finlandia o Irlanda. Aun así, el ideal de mantener un organismo de política cultural completamente despolitizado ha ido entrando en crisis por diferentes razones. El Arts Council del Reino Unido sufrió el ataque de los Tories durante la década de los 70, puesto que veían en el Council un lugar de cultura elitista y políticamente comprometido con los intereses de la izquierda. Muchos colectivos de culturas minoritarias atacaron a su vez un modelo de gestión de la cultura centralizado y que parecía defender los intereses culturales de unos pocos. Pero no sería hasta bien entrada la década de los noventa cuando el Arts Council recibiría dos ataques que lo dejarían en una situación bien delicada, por un lado se desarticularía en consejos regionales –pasando a ser el Arts Council of England, el Scottish Arts Council y el Arts Council of Wales– en 1994, y por otro, como ya hemos visto en el capítulo anterior, sería testigo de una pérdida de competencias, cuando ese mismo año el recién elegido Gobierno Nuevo Laborista estableció el Creative Industries Task Force, un grupo de trabajo destinado a dinamizar las denominadas Industrias Creativas, modelo económico-cultural que habría de sustituir a formas pretéritas de entender la gestión pública de la cultura.

Pese a poder funcionar con cierta independencia, el Arts Council siguió basando gran parte de sus decisiones sobre la idea de “excelencia” de la cultura. Sin embargo esta noción será puesta en entredicho debido a varios factores como la creciente diversificación étnica que experimentará el Reino Unido, la consolidación de discursos feministas, la proliferación de movimientos subculturales y la expansión de los mercados de consumo de objetos o servicios culturales. El Arts Council seguirá operando bajo una lógica vertical y tener acceso a la toma de decisiones en temas culturales por parte de comunidades subordinadas seguirá siendo imposible. De este modo, a finales de los 70 tanto la derecha como la izquierda parecían estar de acuerdo en pedir nuevas formas de entender el rol del Estado como mediador y administrador

de la cultura. La respuesta a este problema vino de la mano de un nuevo pensamiento que sacudiría el Reino Unido, el neoliberalismo.

El mercado como regulador

A finales de la década de los 70 una corriente económico-ideológica sacudiría los pilares del pensamiento político estadounidense y europeo. El antiguo liberalismo económico encontró en los sistemas comunistas el revulsivo ideológico necesario para justificar las dinámicas de libre mercado como la única fórmula de garantizar tanto la libertad como la prosperidad económica de sus afiliados. Con la victoria del partido conservador británico, que supuso la subida al poder de Margaret Thatcher en 1979, y el triunfo republicano con Ronald Reagan a la cabeza en Estados Unidos en 1980, Occidente experimentará grandes cambios en su cultura política y económica. Los Estados-nación tendrán que disputarse parte de sus competencias con el mercado, cuyas leyes no escritas y su mano invisible se presentarán como el más eficiente –y democrático– sistema de organización sociopolítica. En el edificio del Estado el pensamiento neoliberal no dejará piedra sin remover, departamento por cuestionar ni funcionario sin criticar; de esta manera las políticas financieras serán demolidas y el Estado del Bienestar defenestrado. Las políticas culturales no se salvarán de esta quema, puesto que todo lo que remotamente pueda sonar a keynesiano se verá cuestionado. Jim McGuigan explica que en el Reino Unido “el thatcherismo hizo lo posible por terminar con la democracia social británica con la intención de crear una cultura y una sociedad esencialmente americanizadas, impulsadas por los imperativos del libre mercado, creando la realidad objetiva y subjetiva de lo que podemos denominar como ‘cultura de lo empresarial’¹⁶” (2004:10).

En esta nueva era donde todo lo que no tenga un claro perfil económico será cuestionado, la cultura –ese conjunto de manifestaciones apoyadas por el Estado– tendrá que justificar su papel, su función y sin duda, su rentabilidad como una inversión de Estado. Miller y Yúdice argumentan que este periodo supuso un momento de *impasse* muy complicado para las políticas culturales, puesto que la idea de excelencia, como justificación última de la existencia de la cultura, no tendrá cabida dentro de esta nueva ideología. Por esta razón parece que los defensores de la cultura tal como la entendían Kant o Malraux se tendrán que enfrentar a los abogados del libre mercado como regulador cultural, lo que hace que en “los países de cultura capitalista

¹⁶ En original ‘enterprise culture’.

de Occidente se suelen tomar dos posiciones respecto a la política cultural. Según la primera, el mercado es el sistema que permite identificar y distribuir las preferencias públicas relativas a la cultura, y se le niega al Estado otro rol que no sea el de un funcionario policial que patrulla los límites de la propiedad y decide quién es dueño de qué y cómo deben intercambiarse los objetos. La segunda identifica ciertos artefactos como portadores trascendentales de valor, pero vulnerables frente a la incapacidad pública de seguir siendo trascendental en sus gustos. Esta última postura promueve el rol dirigista del Estado, que parece coaccionar al público para estetizarse, y al que ciertos críticos sistemáticamente acusan de ‘magistratura cultural’” (2004:29). Aquellas personas que sostienen la primera postura creen realmente que la única vía de verdadera democratización de la cultura y de garantizar el acceso de la gente a la cultura que realmente quieren es ponerla en manos del mercado, y que sea la ley de la oferta y la demanda –ese gran eufemismo– la que decida en los asuntos de toma de decisión cultural. Posiciones más moderadas defenderán que el Estado debe seguir teniendo un papel que jugar, seguramente como guardián del patrimonio y de aquellos bienes culturales cuya supervivencia no se pueda garantizar en manos del sector privado.

De esta forma todas aquellas críticas al papel del Estado como regulador y administrador de la cultura se verán acalladas por esta decisión salomónica: que sea el mercado el que decida, aunando las opiniones y las voces de todos los consumidores y posteriormente emitiendo su veredicto. Según McGuigan, este efecto se verá magnificado por la imposible comunicación entre la nueva derecha y la izquierda tradicional en temas concernientes a la cultura, pues sus posturas estarán completamente enfrentadas. Como señala este autor, “la nueva derecha argumenta a favor de la soberanía del consumidor; la vieja izquierda busca proteger al público de sí mismo corrigiendo los gustos de los consumidores. La solución de la derecha, la libre competencia, es el problema fundamental de la izquierda. El problema de la derecha, el corporativismo, es la solución de la izquierda. En estas circunstancias, no extraña que el debate haya terminado siendo un diálogo de besugos” (2004:18). La década de los ochenta vio cómo el paradigma de las industrias culturales se transformaba en el modelo a seguir. La ideología neoliberal buscará por todos los medios recortar las subvenciones concedidas a la cultura e impulsará todos aquellos proyectos culturales susceptibles de generar beneficios, cambiando radicalmente la relación del Estado con la cultura. McGuigan se hace eco de las declaraciones que en 1982 hiciera el entonces oficial superior del Arts Council del Reino Unido, Anthony Field: “El Arts

Council debe aferrarse a sus mejores apuestas, todo lo demás sobrevivirá –o no– sin subvenciones públicas, esto incluye el peor teatro, el arte mediocre, la cultura emergente o la que ya está decayendo”. De este modo vemos cómo “todo el valor de la cultura se reduce a valor de cambio, el discurso de mercado se introducirá en la política cultural como en todos los demás ámbitos” (2004:42).

Sería equivocado pensar que este proceso de paulatina privatización de la cultura y el apoyo a una cultura de mercado es un movimiento solamente suscrito por las derechas. Ya hemos visto antes que Jack Lang comenzó un tímido viraje en esa dirección mientras ocupaba su cargo de Ministro de Cultura bajo el mandato socialista. Encontramos otros documentos políticos como el denominado “The Cultural Industries” diseñado para reforzar las estrategias industriales en Londres impulsadas por el GLC¹⁷ cuando en 1985 aún estaba en manos del partido laborista. McGuigan incide en este punto y sostiene que “un gran número de políticas culturales y de inversión en cultura inspiradas por el GLC fueron suscritas por las administraciones laboristas a partir de 1980 con el objetivo de regenerar y promover la sustitución urbana” (2004:43). De esta manera se potencia un uso mucho más instrumental de la cultura, y ya no se valorarán sus contribuciones a la sociedad en términos culturales sino en función de los posibles beneficios económicos que pueda reportar. La privatización de la cultura se presentó como un proceso inevitable, y bajo pretexto de generar instituciones culturales más eficientes, se introdujo una lógica empresarial en gran parte de las mismas. McGuigan comprobará cómo todo este proceso va a afectar a la política cultural, puesto que como bien dice, “en el pasado el papel de la política cultural se justificó de varias maneras, entre las que se incluía la necesidad de cubrir posibles fallos de mercado de aquellas prácticas que se considerase tenían un valor cultural no reducible al valor económico. Pese a que esta idea aún perdura de forma residual, se ha visto largamente superada por una lógica estrictamente económica” (2004:1).

En los EE UU se seguirá una doctrina extremadamente parecida, pero si por algo destaca el modelo estadounidense es por conceder más competencias al mercado y poner las instituciones culturales en manos de los donantes privados. Esto se logrará en parte gracias a leyes de patrocinio y mecenazgo de la cultura, que facilitan que empresas y donantes privados puedan recibir exenciones fiscales por sus aportaciones. Este modelo será posteriormente exportado a muchos otros países, como por ejemplo Brasil, caso que estudiaremos más adelante. Estas medidas se

¹⁷ Greater London Council

justificarán bajo una retórica en la que se apela a la democracia directa: las personas donarán fondos a las instituciones culturales que representen sus verdaderos intereses, así el Estado no deberá subvencionar manifestaciones culturales con las que la comunidad de usuarios no esté de acuerdo. Una de las críticas más recientes – y sorprendentes por quien las suscribe– a este modelo se encuentran englobadas en el libro *Arts, Inc.* firmado por el que hasta hace poco fuera director del NEA¹⁸, Bill Ivey. En el libro se describen todos los problemas levantados por una extrema economización de la cultura y por su privatización. Desde la paulatina pérdida de patrimonio –por no ser rentable su gestión–, el problema al acceso a material sujeto a copyright o la valoración de la cultura en términos estrictamente económicos, el libro desgrana la progresiva erosión de la cultura estadounidense debido a su sumisión a los intereses privados.

El Estado español

Frente a este panorama, el Estado español se debate entre las dos tendencias descritas anteriormente, heredero por cercanía –física e ideológica– del modelo francés, de forma tímida ha ido introduciendo la lógica del mercado en sus instituciones culturales, que se resisten a adoptar plenamente la doctrina neoliberal. La clara división de las competencias culturales entre el Ministerio de Asuntos Exteriores y el Ministerio de Cultura –que ha sido ampliamente debatida por investigadores culturales como Jorge Luis Marzo¹⁹–, refleja nítidamente cómo concibe el Estado el papel de la cultura y cómo ha de llevarse a cabo su administración. Las comunidades autónomas, que también asumen competencias de cultura, marcarán agendas culturales dependiendo de la orientación política de sus respectivos gobiernos, por lo que es complicado argumentar que en el Estado español existe una única política cultural o que haya una dirección unívoca. Bien podría argumentarse que se sigue operando bajo una óptica estatista, que en lugares concretos comparte posturas con políticas anglosajonas en cuanto a la relación entre la cultura y el mercado. Cataluña ha sido pionera en instaurar un Instituto de las Industrias Culturales, que en parte se tuvo que compensar con otra entidad, el ICAC²⁰, nacida para subvencionar aquellas manifestaciones culturales sin una clara orientación mercantil. En Andalucía se está

¹⁸ National Endowment for the Arts, órgano de gobierno que vendría a sustituir al Arts Council británico.

¹⁹ Consultar la web de Jorge Luis Marzo: <http://soymenos.net/>

²⁰ Este organismo nunca llegó a existir, en su lugar opera la EADC, cumpliendo gran parte de las funciones que se habían asignado al ICAC. Actualmente la EADC está transfiriendo sus competencias al recién fundado Consell Nacional de la Cultura i les Arts de Catalunya.

trabajando para inaugurar un Instituto de Industrias Culturales, auspiciado por la Consejería de Cultura. De forma paralela la Consejería de Innovación promueve iniciativas como el Proyecto Lunar²¹, que tiene como objetivo orientar y ayudar a las iniciativas culturales que quieran operar bajo una perspectiva empresarial. Extremadura introdujo el Gabinete de Iniciativa Joven²² con la intención de crear una sociedad más emprendedora e incentivar a los jóvenes a que inicien proyectos culturales con una vocación más económica. En Euskadi vemos organismos como Lan Ekinza²³, una sociedad pública del Ayuntamiento de Bilbao que promueve el emprendizaje y que ha lanzado iniciativas como la revista *Ideia Dekot*²⁴ –diseñada por la empresa de comunicación Amasté²⁵–, en la que se habla sobre las virtudes del emprendizaje en cultura. El Gobierno central, por su parte, también está trabajando en una línea de promoción de las industrias culturales. El Ministerio de Cultura ha inaugurado recientemente la nueva Dirección General de Política e Industrias Culturales, un órgano “que dota al Departamento de una estructura administrativa específica para todas aquellas cuestiones relacionadas con la promoción de las industrias culturales. Esta Dirección General incluye en su ámbito de actuación las cuestiones relativas a la protección de la propiedad intelectual y su conexión con el desarrollo de las industrias culturales y tecnológicas relacionadas²⁶”.

Así pues, vemos cómo paulatinamente se va introduciendo este discurso de origen neoliberal en las diferentes administraciones del Estado y en sus respectivas comunidades modificando concepciones sobre la cultura y el papel que debe jugar en la sociedad española. Lo paradigmático de esta situación es que, como hemos observado, se introdujo el mercado como regulador cultural para combatir la ideologización de la cultura y su sumisión a la voluntad política. Cabría preguntarse si es verdad que el mercado es verdaderamente transparente y está completamente libre de connotaciones ideológicas. Siguiendo las ideas introducidas al principio de este capítulo, si el mercado es el nuevo regulador y ha sido llamado a sustituir a las políticas culturales, habría que realizar el ejercicio foucaultiano de intentar entender

²¹ <http://www.proyectolunar.com/>

²² <http://www.iniciativajoven.org/>

²³ <http://www.bilbao.net/lanekintza/>

²⁴ Disponible de forma íntegra online, en formato PDF
http://www.bilbao.net/lanekintza/creacion_empresas/material_apoyo/revistaideiadekot_es.pdf

²⁵ <http://www.amaste.com>

²⁶ http://www.mcu.es/gabineteprensa/mostrarDetalleGabinetePrensaAction.do?prev_layout=notas&layout=notas&html=13972008nota.txt&language=es&cache=init

qué formas de sujeción y de gobierno se hallan inscritas en la ideología de libre mercado, y qué formas de gubernamentalidad emergen fruto de esta nueva tesitura. Esto implicará no sólo un cambio en el modelo de gestión de la cultura sino un giro radical en su concepción como elemento normativizador. En el siguiente capítulo estudiaremos cómo en Brasil una ley diseñada para promover el mecenazgo de la cultura por parte de las empresas privadas ha terminado por ser un aparato de gestión cultural, funcionando como una política cultural. Un caso extremo del mercado como regulador de la cultura.

Capítulo 3. La tensión entre el sector público y el privado en la financiación de la cultura: el ejemplo brasileño

Para ver cómo responden los diferentes Estados a estos procesos de neoliberalización y privatización de la cultura dirigiremos nuestra atención hacia Brasil. Nos interesa conocer la realidad brasileña, porque se trata de un país con una economía emergente, en plena expansión internacional, donde el discurso sobre las industrias culturales como motor de desarrollo y crecimiento económico está siendo recientemente instaurado y debatido, pero sobre todo porque es un país que ha padecido un proceso de neoliberalización que ha afectado al ámbito de la cultura de forma muy contundente. Conscientes de que los datos recogidos durante nuestro trabajo de campo no son suficientes para elaborar una panorámica general sobre las políticas culturales de este vasto Estado, nuestra intención aquí es centrarnos en algunos aspectos que nos sirven para ilustrar la complejidad de las relaciones entre el sector público y el privado dentro del ámbito cultural.

Con el fin de sentar las bases de esta reflexión analizaremos el debate en torno a las leyes de mecenazgo, para lo cual nos serviremos de las informaciones recogidas en nuestro trabajo de campo. Durante las entrevistas que llevamos a cabo en São Paulo pudimos comprobar que la reforma de la ley Rouanet es uno de los temas más candentes y polémicos. Esta discusión sobre el modelo de financiación brasileño interesa y afecta a cualquier persona relacionada con el sector de la cultura, desde los analistas de políticas culturales a los directivos de las fundaciones de grandes empresas, pasando por los productores culturales autónomos.

Esta ley es el modelo sobre el que se sustentan otras similares cuyo objetivo es la financiación de la cultura a través de incentivos fiscales para las empresas privadas. Las críticas más contundentes la acusan de “privatizar” la cultura, de manera que veremos cuáles son los argumentos en los que se apoyan tales juicios y también conoceremos algunos efectos que se derivan de este modelo. Finalizaremos el capítulo tratando de indagar algunas de las causas por las cuales la frontera entre lo que es público y lo que es privado se difumina en muchos niveles, y por último expondremos brevemente el modelo estadounidense de financiación cultural. No obstante, para entender la dimensión del debate deberemos, en primer lugar, hacer un breve repaso de la historia reciente de Brasil poniendo especial atención a las

mutaciones que han tenido lugar en el MinC (Ministerio de cultura) fruto del devenir político.

Breve introducción a la historia reciente de Brasil

La historia moderna de Brasil comienza con su independencia de Portugal el 7 de septiembre de 1822, momento en el que se convierte en una monarquía constitucional hasta que, en 1889, un golpe militar establece un sistema republicano. Desde entonces Brasil ha sido una república con varios periodos de dictaduras militares. La dictadura más reciente corresponde al periodo comprendido entre 1964 y 1985, instaurada tras el golpe de Estado llevado a cabo el 31 de marzo de 1964 por militares brasileños, con el apoyo del Gobierno de los EE UU., contra el presidente de izquierdas João Goulart. Tras este periodo dictatorial fascista, en 1985 José Sarney salió vencedor en las primeras elecciones para la Presidencia de la República. Sin embargo estas elecciones no fueron plenamente democráticas ya que se realizaron “vía indirecta”, a través del Colegio Electoral: De este modo, los militares que estaban en el poder crearon las condiciones para la consecución de una transición conservadora, traspasando el Gobierno de la Nación a civiles de su misma ideología. Sarney fue sustituido en 1989 por Fernando Collor de Melo, que fue el primer presidente elegido por sufragio universal en casi cuarenta años.

En todo este proceso tuvo una gran importancia el movimiento ciudadano de oleadas de manifestaciones callejeras que bajo la consigna “Diretas Ja!” exigían unas elecciones democráticas por voto directo. Desde la izquierda se ha argumentado que el pacto brasileño difícilmente puede ser definido como un proceso amplio y democrático pues más bien fue un acuerdo para garantizar la transición con el “menor perjuicio posible a las élites políticas hegemónicas” (Gugliano, 1996). Emir Sader, sociólogo y profesor de la Universidade de São Paulo (USP) y de la Universidade do Estado do Río de Janeiro (UERJ), describe de la siguiente manera la transición brasileña: “El nuevo régimen nació así de un nuevo pacto de elite, hecho a imagen y semejanza del ilegítimo Colegio Electoral. Se restablecieron los derechos civiles pero sin realizar ninguna reforma de las estructuras económicas que sustentan el poder de las élites, tales como el monopolio del capital financiero, la propiedad de las tierras, los grandes medios de comunicación, los conglomerados industriales y comerciales. Fue un proceso del tipo que Gramsci denominó “transformismo”, en el que se altera la forma de dominación política sin que se modifique su contenido” (Sader, 1999).

El abogado especializado en propiedad intelectual, cultura y tercer sector, Fabio de Sa Cesnik, citaba en una conferencia²⁷ a Márcio Souza, en cuyo libro *Fascino ou repulsa* (2000) afirma que durante todo este periodo de hegemonía fascista, que se prolonga hasta los años 90, la cultura será considerada fundamentalmente una herramienta de propaganda. Paralelamente, existe un movimiento de inversión privada que, según este autor, responde a las vanidades personales de los empresarios “mecenas” que buscan cierto estatus social más que un estímulo de servir a fines públicos. Durante los años 40, algunos de los empresarios más poderosos de Brasil fundaron muchas instituciones culturales todavía vigentes hoy en día como son el Museo de Arte Moderno de São Paulo (MAM) en 1948 y la Compañía Cinematográfica Vera Cruz en 1949 –por Franco Zampari y Francisco Matarazzo Sobrino–, la Fundación Bienal de São Paulo –por Matarazzo– o el Museo de Arte de São Paulo (MASP) –por Assis Chateaubriand.

Un hito en la historia de las políticas culturales de Brasil, lo constituye el gesto absolutista de Fernando Collor de Mello, quien al ganar las primeras elecciones democráticas, en 1989, tras las reivindicaciones “Diretas Já!”, suprimió todos los organismos de cultura existentes hasta aquel momento, como el Consejo Nacional de Derecho Autoral (CNDA), Embrafilme (Empresa Brasileña de Filmes), Funarte (Fundación Nacional del Arte) o el mecanismo de incentivos conocido como “Ley Sarney”, y rebajó el Ministerio de la Cultura a una Secretaria ligada a la Presidencia de la República. Fabio de Sa Cesnik en su conferencia argumentaba que esta acción respondía a una voluntad de venganza hacia los artistas, que durante los comicios electorales de 1989 habían apoyado en masa al candidato de la oposición Lula da Silva. Por otro lado se culpabiliza también al Gobierno de Collor de Mello de la falta de presupuesto para la cultura en los días actuales, ya que al suprimir todos los organismos del MinC rebajó de forma drástica sus recursos económicos. Collor fue un presidente que prometió reducir la inflación y luchar contra la corrupción; sin embargo, a finales de 1992 fue destituido de su cargo acusado de corrupción, extorsión y soborno.

²⁷ Sa Cesnik es director del despacho Cesnik, Quintino y Salinas Abogados, y autor de los libros *Globalización de la cultura*, *Proyectos culturales* y *Guía del incentivo a la cultura*. Impartió una conferencia en Cuenca (Ecuador) cuya transcripción nos facilitó generosamente, y en la cual realiza un exhaustivo repaso de las políticas culturales brasileñas.

A partir de los años 90, todavía bajo el Gobierno neoliberal de Collor de Mello y frente a la ausencia de organismos de fomento a la cultura –debido como ya hemos dicho, a la supresión de todos ellos por parte del presidente–, el sector cultural empieza a exigir formas de financiación. En respuesta a estas demandas se crean los mecanismos de fomento a la cultura que sentarán las bases de la actual política cultural, a la que como veremos más adelante se acusa de estar excesivamente apoyada en las leyes de incentivo fiscal. Este modelo, inspirado de forma directa en los EE UU refuerza una visión paternalista de las empresas que han de procurar y proteger las instituciones culturales y sociales. Por esta razón entronca perfectamente con una lógica neoliberal en la que la supresión del Estado –o la limitación de sus responsabilidades– pone en manos del sector privado muchas de las competencias que tenía hasta el momento. Pero a diferencia de los EE UU, Brasil no tiene un organismo como el NEA encargado de velar por aquellas manifestaciones culturales que escapen los intereses del mercado, cuestión que discutiremos más adelante.

El modelo estadounidense

A continuación describiremos de forma sucinta cómo se articula este modelo para poder comprender mejor las debilidades y fortalezas que ofrece una estructura de financiación mixta, como es la de EE UU, donde la cultura se sostiene gracias a una combinación de incentivos fiscales, de los fondos que destina el Gobierno para la cultura y del propio sistema de mercado de circulación de bienes culturales. Debido a que esta combinación supuestamente equilibra las acciones del Estado, el mecenazgo y el mercado, según Garcia Olivieri, puede ayudar al “entendimiento y desarrollo del modelo brasileño” (Garcia Olivieri, 2004:63). Veamos a continuación cómo se ha ido construyendo y cuál es la función del Estado en este entramado.

La primera ley norteamericana de incentivo a la cultura data de la década de los 20. Anteriormente no había ningún tipo de apoyo a la cultura por parte del Gobierno. Olivieri apunta dos motivos: por un lado la ausencia de estructuras propias debido a que los recursos estatales estaban comprometidos con la expansión de fronteras y con la guerra civil y, por otro, la falta de puesta en valor de la propia cultura norteamericana (63:2004). En 1920 el Gobierno creó el impuesto sobre la renta y determinó que las instituciones artísticas sin fines lucrativos podían recibir donaciones deducibles de sus impuestos. Se entendía que las artes tenían que ser apoyadas por la filantropía privada y el Estado únicamente debía contribuir facilitando la renuncia de

impuestos. En los años 30 el Gobierno estadounidense inició el apoyo directo a través de un programa denominado WPA (Work Progress Administration) que llegó a emplear entre treinta y cuarenta mil artistas y fue instituido como parte de la política del New Deal del presidente Franklin D. Roosevelt, que pretendía revertir la gran crisis económica de aquella época. Sin embargo, el programa fue disuelto en 1934 junto con las demás agencias del New Deal (64:2004).

Tras la segunda guerra mundial, el Gobierno estadounidense promovió una serie de acciones dirigidas a fomentar el orgullo nacional. La cultura y las artes, especialmente a través de la TV y el cine, eran un excelente medio para idealizar el “american way of life”. De esta manera, durante la guerra fría, la cultura fue una suerte de representante de los valores ideológicos de América. El jazz, el rock'n'roll o el expresionismo abstracto se convertían en símbolos de la libertad individual y en expresiones de las múltiples virtudes de la democracia (Miller y Yúdice, 2004). Así, durante este periodo el Gobierno estadounidense invirtió enormes cantidades de dinero en cultura, generalmente en exposiciones de pintura y escultura o espectáculos de danza y música. Este tipo de actividades también tenían lugar en actos oficiales de las embajadas estadounidenses de todo el mundo, “tratándose de acciones diplomáticas en las que los valores americanos se promocionaban entre las élites intelectuales y políticas” (Ivey, 2008:135).

Podríamos considerar que desde mediados del siglo XX el Gobierno estadounidense participó activamente en la promoción de la cultura y que gracias a este impulso, Estados Unidos ejerce hoy un indiscutible dominio en el mercado cultural internacional. Son varios los factores que han consolidado su primacía –por ejemplo, el importante rol del capitalismo en la economía estadounidense y la influencia de este país en la política global–, pero también ha sido determinante, como hemos visto, el protagonismo que ha desempeñado el Estado a la hora de promocionar la exportación de sus industrias culturales, especialmente durante el periodo posterior a la segunda guerra mundial. Aunque muchos economistas han desestimado el papel del Estado en los flujos culturales internacionales, este hecho ha sido enfatizado por algunos escritores críticos que usan el concepto de “imperialismo cultural” para referirse a la manera en que las culturas de los países menos desarrollados han sido afectadas por los objetos culturales de Occidente (Hesmondhalgh, 2007:214).

Aunque el modelo norteamericano se ha basado en gran medida en el mercado y en el apoyo privado, paralelamente, a partir de los años 60 se inició un aumento de las subvenciones a cultura de los gobiernos a través de la agencia de cultura National Endowment for the Arts (NEA)²⁸, creada en 1965 durante el Gobierno de Kennedy-Johnson y cuya misión es “buscar la excelencia, la diversidad y la vitalidad de las artes en EE UU y aumentar el acceso público a las artes” (NEA). Los fondos son determinados anualmente por el congreso y su distribución se hace entre instituciones artísticas sin ánimo de lucro ya que la modalidad de fondos para artistas fue eliminada en 1996 para evitar el apoyo a obras controvertidas, como la del fotógrafo Mapplethorpe, cuya exposición fue origen de una gran polémica sobre los criterios de selección de obras financiadas con dinero público, constituyendo uno de los puntos más álgidos de la llamada “culture war”. Vemos pues que aunque el NEA es un organismo público que realiza una importante labor de fomento a la cultura su gestión ha sido muy criticada y en gran parte debido a esto ha ido perdiendo competencias y recursos.

La implantación de leyes de incentivos en Brasil

En la segunda mitad de los ochenta, dentro de la política neoliberal del Gobierno de José Sarney surgió la primera ley de incentivos fiscales con el fin de “establecer una colaboración entre el Estado y el sector privado para el desarrollo de la cultura” (García Olivieri, 2004:71). Conocida como ley Sarney, serviría de referente para el diseño de posteriores leyes de incentivos fiscales y tenía el objetivo de generar presupuesto para las producciones culturales, permitiendo que el “propio mercado realizase la elección de la actividad que sería patrocinada” (García Olivieri, 2004:71).

La ley Sarney se mantuvo en vigor hasta 1990, momento en el que fue revocada por el Gobierno de Fernando Collor de Melo junto a la cancelación de gran parte de las instituciones culturales. Fue entonces cuando, gracias en parte a la presión ejercida por el sector cultural, que exigía una compensación a la falta de presupuesto para cultura, se creó la ley Mendonça, una norma de carácter municipal, sólo aplicable en São Paulo.

²⁸ <http://www.nea.gov/>

Tras la impuesta dimisión de Collor, en las elecciones de 1994, fue elegido Fernando Henrique Cardoso, que reunificó a la derecha brasileña y renovó su discurso “dándole un barniz de modernización liberal como cobertura para las viejas prácticas de privatización del Estado” (Sader, 1999:5). Durante sus dos mandatos consecutivos el país vivió una de las crisis económicas con peores consecuencias para la ciudadanía, que sufrió un agudo debilitamiento de las políticas sociales y una elevación del desempleo, que quedó próximo al 20%. Brasil dejó así de ser considerada una “potencia intermedia emergente” para quedar reducida a un “mercado emergente”, es decir, una economía en relación a la cual todos buscan las facilidades para obtener superávits comerciales, como es el caso de EE UU que con Brasil obtiene su mayor superávit comercial (Sader 1999:5). En el plano internacional Brasil conservó sus buenas relaciones con la potencia estadounidense lo cual le permitió recibir préstamos del FMI a cambio de continuar con las políticas neoliberales que afectarán también al ámbito de la cultura. De esta forma podemos deducir que las leyes de mecenazgo no sólo estuvieron inspiradas en el modelo estadounidense sino que fueron parte de las recetas que este país prescribió al Gobierno brasileño como modelo de desarrollo.

En 1995, bajo el Gobierno de Fernando Cardoso, se instauró la ley Rouanet (Lei Federal de Incentivos Fiscais nº 8313 de diciembre de 1991), que a su vez sienta las bases y sirve de modelo para el resto de leyes estatales y municipales del país, y que, como veremos en el siguiente apartado, suscita numerosas críticas y recelos. El principal argumento de sus detractores es que en lugar de complementar otras formas de apoyar la cultura prácticamente las ha sustituido, y que además son las empresas y no las instituciones culturales las que deciden qué proyectos deben ser o no subvencionables.

En el momento en el que realizamos la presente investigación se estaban gestando una serie de cambios en políticas culturales brasileñas al calor de un debate que se mantiene abierto gracias a varios investigadores que realizan una importante labor de información y análisis de las políticas culturales a través de sus blogs, de artículos en Internet y publicaciones en papel. Entre ellos pudimos entrevistar a: Ana Carla Fonseca, directora de la consultora Garimpo de Soluções²⁹, Fabio de Sa Cesnik, socio de CesnikQuintino&Salinas abogados, João Brant, de la ONG Intervezes³⁰, Leonardo

²⁹ <http://www.garimposolucoes.com.br/>

³⁰ Intervezes es un colectivo que trabaja por el derecho a la comunicación. www.intervezes.org.br

Brant, director de la consultora Brant Asociados y del blog Cultura e Mercado³¹, Maria Alice Gouveia, quien ha trabajado en la Secretaría Municipal de Cultura de São Paulo y coordina el posgrado en gestión cultural de la FGV, y Ronaldo Lemos, director de Creative Commons Brasil³² y del Centro de Tecnologia e Sociedade da Escola de Direito da Fundação Getúlio Vargas³³.

La llegada al poder en 2003 del Gobierno de Lula, con Gilberto Gil al frente del MinC, generó en el sector cultural grandes expectativas respecto a las reformas en política cultural y especialmente en lo referente a la modificación de la ley Rouanet, llegándose a contemplar incluso su extinción. Sin embargo, muchas de estas expectativas no se han cumplido, y hemos observado, a través de todas las entrevistas realizadas, que la tónica general es la impresión de que el discurso de Gil no tuvo un reflejo en acciones y programas concretos que lo hicieran factible. Así nos lo manifestaba por ejemplo Maria Alice Gouveia: “Gil tiene un discurso muy bueno, pero las acciones emprendidas no se corresponden con sus palabras. En parte porque encuentra resistencia dentro del propio Gobierno de Lula y es muy difícil, pero también porque los cambios son muy lentos y hay mucha burocracia dentro de la administración pública”. También Leonardo Brant se manifestaba en la misma dirección: “Es imposible transformar el discurso de Gil en acción programática, porque su valor es más bien simbólico; en ese sentido su fuerza reside en valorizar ciertas manifestaciones o formas de entender la cultura, pero existen algunas incoherencias”.

En 2009 Juca Ferreira ocupaba el lugar de Gil y recientemente ha convocado una serie de debates, los “Diálogos Culturales”, en las principales capitales del país con la pretensión de que sean un espacio de discusión y análisis sobre el balance de las acciones del MinC en los últimos seis años, aunque se centran especialmente en cuestionar el actual modelo de la ley Rouanet y en buscar qué vías pueden ser las más adecuadas para democratizar el acceso a la financiación de la cultura.

Ronaldo Lemos nos informaba de que a raíz de todos estos debates se presentó en el parlamento brasileño un proyecto de transformación de la actual ley Rouanet, con la intención de cambiarla radicalmente. Según Lemos, hay tres cambios significativos

³¹ <http://www.culturaemercado.com.br/>

³² <http://creativecommons.org/international/br/>

³³ La FGV es una institución brasileña fundada en 1944, se centra en la investigación académica y la discusión de los problemas relacionados con el desarrollo del país. <http://www.fgv.br/>

que se han aprobado “el primero es que hasta ahora sólo había dos niveles de exención de impuestos, el 30% o el 100%; ahora van a existir muchos más, desde el 10% al 100%”. Otra novedad es que “el Estado va a apoyar el emprendizaje cultural y será un co-emprendedor junto con el patrocinador privado y el fondo nacional de cultura podrá financiar así hasta el 50% de los proyectos”. El tercer cambio es “la posibilidad de las colaboraciones público-privadas” es decir convenios entre el sector privado y el Gobierno para llevar a cabo proyectos culturales. Según Lemos se trata de un modelo muy interesante inspirado por Anthony Giddens y su idea de la tercera vía. En su opinión éste es un giro muy positivo, y aunque le gustaría pensar que todos estos cambios van a desembocar en una transformación en la economía de la cultura en Brasil, reconoce que son insuficientes, ya que “la participación del Gobierno en la cultura brasileña todavía es completamente marginal; el presupuesto del MinC es muy pequeño, menos del 1% del PIB, por eso resulta difícil que pueda haber un impacto sistémico”.

El debate en torno a la ley Rouanet

Como decíamos en el apartado anterior, la ley Rouanet es un instrumento para que el sector privado se implique en la financiación de la cultura. Sin embargo, uno de los aspectos que pueden llevar a confusión es que en realidad no se trata de inversión privada ya que como apuntaba João Brant, de Intervoces, “el dinero destinado a proyectos culturales es público porque proviene de los impuestos recaudados que en lugar de ir directamente a las arcas del Estado se destinan a cultura a través de estas leyes”. Pero a pesar de tratarse de dinero público es el sector privado el que decide en qué proyectos se invierte, “desde que la ley Rouanet se pone en marcha, las políticas culturales en Brasil se llevan a cabo por empresas a través de la inversión por renuncia fiscal”.

De acuerdo con João Brant esta situación se deriva del discurso de carácter neoliberal que tuvo lugar en los 90 en el que “se decía que había que sacar la cultura de las manos del Estado porque éste no debía ser gestor de las políticas culturales. Con estas leyes de incentivos se pasó la gestión de la cultura a manos del sector privado, y de esta manera hemos llegado a la situación actual en la que los departamentos de marketing de las empresas en Brasil se han convertido en los auténticos gestores de las políticas culturales”. Ana Carla Fonseca Reis, refiriéndose también al contexto histórico en el que se crearon estas leyes, nos explicaba que “en el momento político

en el que se formularon las leyes de incentivos, en Brasil todavía se estaba consolidando la democracia, este Gobierno era muy inmaduro para debatir sobre las estructuras económicas de la cultura”. Sin embargo, “la ley Rouanet, así como su hermana la Ley del Audiovisual, tuvieron su importancia en el momento en que se hicieron, pero llevan ya más de diez años y no se han reformulado, con lo cual se quedan obsoletas. Estas leyes tienen su papel pero deberían cambiar su metodología.”

Vemos, pues, que se trata de un sistema creado bajo los auspicios de un gobierno marcadamente neoliberal con el objetivo de dar respuesta a la necesidad de financiación de la cultura, que al carecer de otros organismos de apoyo había quedado en una situación de total desamparo. La principal crítica que se hace a este modelo es que las leyes de incentivos no deben sustituir a una política cultural más amplia y efectiva. Varios autores (Coelho 1997, De Sa Cesnik 2003, Garcia Olivieri, 2004) argumentan que desarrollar una política cultural comprende varios niveles que abarcan tanto el fomento a la producción, la distribución de bienes culturales y la democratización del consumo como la preservación y uso de bienes patrimoniales, y que esta complejidad de tareas, no puede ser llevada cabo únicamente mediante las leyes de financiación ya que no responden al conjunto de exigencias de una política cultural. Cristiane Garcia Olivieri, en su libro *Cultura Neoliberal* (2004), distingue claramente lo que es cultura de lo que es política cultural y acciones de incentivo a la cultura. La tesis de la autora es que en Brasil algunas acciones parciales de una política cultural son consideradas como un todo. El estudio de Garcia Oliveri pone de manifiesto que las leyes de incentivos favorecen e incrementan la producción cultural pero no son capaces de superar ciertos problemas como la distribución viciada de bienes culturales a públicos restringidos y elitistas, el paternalismo o la valorización de elementos aislados en función de los intereses empresariales.

Durante el trabajo de campo que llevamos a cabo, pudimos entrevistarnos con dos gestoras culturales que tienen una larga experiencia en proyectos socioculturales, Roberta Altino y Zilda Galliano, que también nos dieron su punto de vista acerca del debate en torno a la financiación de la cultura. Ambas coincidían en que este tipo de leyes tienen un carácter mercantilista, ya que “sólo dan renta a proyectos que son interesantes para las empresas patrocinadoras y que pueden tener un retorno comercial en términos de marketing o de ganancias económicas. Por este motivo la mayoría de proyectos patrocinados por estas leyes se encuentran en São Paulo o en

Río". Uno de los problemas derivados de esta situación es que los proyectos de carácter social pensados para minorías o para un público de renta baja tampoco interesan a las empresas.

Maria Alice Gouveia³⁴, por su parte, nos presentaba un enfoque ligeramente diferente. Durante la entrevista que mantuvimos nos comentaba que "las leyes de incentivos son muy criticadas, hay quien dice que son leyes que se hicieron para mercantilizar la cultura, pero yo pienso que el problema es del capitalismo, no de la ley de incentivos; vivimos en un país capitalista y la mercantilización llega a todos los lugares, es imposible escapar a la lógica capitalista". Pero dentro de esta premisa Gouveia reconoce que las leyes de incentivos han aumentado mucho el presupuesto cultural y que el dinero que la ley Rouanet genera para cultura es mayor que el invertido por el MinC. El problema es que "este dinero no está redistribuido". Sin embargo, en su opinión, "la distribución no es un resultado que se pueda exigir a una ley de estas características, habría que hacer otra ley u otro mecanismo, ya que una empresa privada nunca va a tener intención de distribuir, sino que va a mirar por sus propios intereses; es por eso que va a invertir en proyectos con mucha visibilidad y en las grandes capitales". Es decir, según Gouveia, la ley Rouanet debería entenderse como un instrumento de política económica y de esta manera no podría exigírsele que cumpliera con los objetivos de una política sociocultural, como sucede actualmente, ya que "se puede imaginar la ambigüedad, confusión e inoperancia que acontece cuando se intenta juntar los dos efectos en un único instrumento". Pero aun comprendiendo esta ley dentro de un marco económico resulta, según Gouveia, extremadamente deficiente, ya que ni tan siquiera es capaz de cumplir con el objetivo establecido por el MinC de "ampliación de la cultura en el desarrollo socioeconómico sostenible, como fuente de oportunidades de generación de empleo y renta" (MINC, 2007). Ana Carla Fonseca Reis coincidía en este punto y ponía sobre la mesa la ineficiencia de la ley para generar una economía de la cultura sostenible puesto que "las empresas privadas no miran ese sector como algo que pueda generar capital, se financian los proyectos para desgravar pero no porque vaya a existir un retorno, y éste es otro efecto perverso de las leyes. Si se observan los proyectos que se financian, no hay apoyo al emprendizaje. Hay muchas oportunidades de negocio que no son aprovechadas". En definitiva podríamos llegar a considerar que la ley Rouanet resulta deficiente tanto desde el punto de vista del crecimiento económico del sector como

³⁴ Para conocer en mayor profundidad el posicionamiento de Maria Alice Gouveia Machado véase su artículo "Estado de Bem Estar, Cultura e Mercado" <http://www.cult.ufba.br/enecult2008/14322.pdf>.

bajo una perspectiva de desarrollo cultural. En el siguiente capítulo profundizaremos en estas dos nociones, tratando de dilucidar cómo interactúan entre sí ambos objetivos.

Otra de las críticas frecuentes es la falta de transparencia en cuanto al impacto de los proyectos financiados a través de incentivos. Fonseca Reis nos decía que “el discurso de los secretarios del MinC es siempre muy laudatorio al hacer balance de todo el dinero que se invirtió en cultura gracias a la ley Rouanet, pero no hay un análisis de para qué sirvió todo ese dinero y de si lo que se invirtió cumplía con unos objetivos de política cultural”. Por su parte Leonardo Brant, quien en el momento de la entrevista se encontraba realizando un estudio sobre el impacto de la ley, apuntaba que “existe mucha especulación en torno a los efectos de la ley Rouanet pero hay muy poco fundamento porque realmente no se conoce el impacto real ni tampoco hay acceso a los datos” y además “no hay instrumentos para evaluar las diferentes escalas de valor de la cultura, y eso origina una falta de comprensión de la diversidad cultural”. Maria Alice Gouveia también coincidía en que la falta de sistemas de evaluación del impacto de la producción cultural en el tejido social es un problema que todavía las políticas culturales no han solventado. Nos decía que “en el área de cultura no se hacen estudios de impacto de la cultura; en consecuencia es difícil argumentar su relevancia.”

El actual ministro de cultura Juca Ferreira también es crítico con las leyes de incentivos. En una entrevista concedida recientemente³⁵ respondió a los periodistas sobre el perjuicio cultural a determinadas comunidades a causa de la ley Rouanet. “La discriminación es regional, es por clase social, las manifestaciones culturales ligadas a las capas más pobres de la población difícilmente consiguen patrocinadores para la ley Rouanet (...). Precisamos que el MinC tenga acceso a recursos presupuestarios que no pasen por la ‘buena voluntad del inversor privado’ para aplicar en la cultura como un todo.” El ministro de Cultura también destacó el aumento de los recursos desde 2003: “Mejoramos mucho. Cuando llegamos al MinC el presupuesto era de 300 millones de reales y ahora pasó a más de 1 billón de reales. Crecimos más de seis veces, pero es poco, muy poco. Hay una necesidad de que esa responsabilidad del

³⁵ El 4 de septiembre de 2008 en el programa *Bom Dia Ministro*, coordinado y producido por la Secretaría de Comunicación Social de la Presidencia en colaboración con la Empresa Brasil de Comunicación (EBC). Para más información leer el artículo: http://www.gestaocultural.org/gc/event/detailEvent.jsp?idEvent=199876&_idSection=57823

Estado brasileño para con la cultura se manifieste de forma presupuestaria. La ley Rouanet sola no es capaz de financiar el conjunto de las manifestaciones culturales en todo Brasil". Sobre los cambios en la Ley Federal de Incentivo a la Cultura, el ministro adelantó una de las novedades: el Programa Vale Cultura, el primero de financiación de consumo cultural. "Es muy parecido al Vale Comida, o sea, el trabajador recibe un bono que permite que compre libros, vaya al cine con la familia, para estimular el consumo cultural. Reforzará el acceso de esas personas a los medios culturales, sólo que en lugar de satisfacer el estómago, como el Vale Comida, satisfará el espíritu", explicó.

Parece que desde el MinC se hace un esfuerzo por comprender y dar respuesta a las necesidades del sector, pero sería deseable que su discurso no se quedara tan sólo en un puñado de buenas intenciones. Como ya hemos puesto de manifiesto, existe cierto escepticismo con respecto a la eficacia de los discursos políticos, tal como nos decía João Brant "desde el MinC hay un discurso excelente, que habla sobre la necesidad de nuevos modelos de distribución, sobre nuevos modelos de propiedad intelectual, sobre cambiar la ley Rouanet... Pero la verdad es que pocas cosas fueron transformadas en políticas efectivas"

Consideramos que para completar la panorámica sobre el modelo de financiación de la cultura en Brasil resulta necesario conocer el punto de vista de los productores culturales y saber cómo perciben ellos la cuestión de las leyes de incentivos. Durante el trabajo de campo nos entrevistamos con, entre otros, Ricardo Fernandes (Kbelo), director de la empresa Kratonton, la fotógrafa Fernanda Bozza, el artista y graffitero Alex Hornest y la gestora cultural Louise Sottomaioir³⁶, todos ellos coincidían en que a la hora de buscar financiación privada a través de las leyes de incentivos el primer obstáculo con el que se encuentran es una excesiva burocratización que ralentiza y complica todo el proceso. Debido a esta complejidad muchas veces hace falta una o varias personas que dediquen gran parte de sus esfuerzos a rellenar formularios y hacer las gestiones pertinentes con el Ministerio de Cultura para conseguir el sello que determina que un proyecto es "patrocinable", una vez conseguido el sello la tarea es buscar y vender el proyecto a una empresa privada. El segundo obstáculo es precisamente convencer a los responsables de los departamentos de patrocinio de las empresas para que inviertan en el proyecto, pero en la gran mayoría de los casos lo

³⁶ <http://www.kratonton.com.br/> www.fernandabozza.com.br <http://www.alexhornest.com/>
www.fabioknoll.com/madeintaiwan/index.html

que buscan tales empresas es visibilizar su marca al mismo tiempo que gozan de exenciones fiscales.

Como ya hemos señalado anteriormente el interés privado de las corporaciones en raras ocasiones coincide con los intereses de los productores más independientes. Éstos sufren una situación de falta de apoyo, como la que viven Andre Ciasca y Gislene Simonetti, que con los ingresos que les reporta su actividad comercial en la empresa de comunicación Take a Coffee³⁷ desarrollan proyectos culturales que financian con su propio presupuesto y que ofrecen al público de forma gratuita a través de La Casa Aberta Desenvolvimento Cultural³⁸. Durante la entrevista que mantuvimos con ellos nos comentaban que el mayor problema para llevar a cabo estos proyectos de carácter independiente y sin ánimo de lucro es que además de no interesar al sector privado, no existen ayudas públicas para ellos.

Sin embargo, también hay quien reconoce el valor de estas leyes. Adolfo Melito, presidente del Instituto da Economia Criativa³⁹, con una larga trayectoria en departamentos culturales dentro del sector empresarial, dirigió el Instituto Alfa de Cultura⁴⁰, una fundación del Grupo Alfa constituida gracias a las leyes de incentivos. Melito nos explicaba que gracias a este sistema se llevan a cabo la mayoría de los proyectos culturales de Brasil, y que sin estas leyes gran parte de la cultura no podría sustentarse.

En definitiva, vemos que por un lado se reconoce el valor de estas leyes debido a que respaldan aquellas producciones culturales que gozan de mayor visibilidad, pero sin embargo esta legislación deja fuera del circuito a los proyectos más pequeños, experimentales o independientes, que a pesar de ser de gran interés para pequeñas comunidades, no son considerados rentables por las empresas en términos de visibilidad y marketing, y en consecuencia éstas no los patrocinan. Además, a todas luces, este tipo de leyes necesitan complementarse con una política cultural mucho más amplia, que entienda la complejidad de la cultura y que sea capaz de cuidar todos los aspectos de su cadena de valor. Asimismo se hace patente la exigencia de que tales políticas contemplen el diseño de sistemas de evaluación del impacto de los

³⁷ <http://take-a-coffee.com/>

³⁸ <http://www.casaaberta.org.br/>

³⁹ <http://www.economiacriativa.com/>

⁴⁰ <http://www.teatroalfa.com.br/>

proyectos y producciones culturales que se desarrollan, ya que de esta manera resultaría más fácil poner en valor la cultura y generar una estructura económica sostenible sobre la que ésta pueda sustentarse.

La difícil cuestión de lo público y lo privado

Como ya hemos señalado, este panorama que venimos dibujando se da en parte porque el Estado brasileño arrastra una tradición neoliberal en la que ha traspasado parte de sus responsabilidades al sector privado. La frontera entre lo que es público y lo que es privado se difumina en muchos niveles. Por un lado ciertas estructuras institucionales ceden –a través de fórmulas de externalización o de privatización– su potestad al sector privado, como es el caso de las leyes de incentivos, pero por otro, existe una gran desconfianza hacia los poderes públicos debido a los sucesivos escándalos que han deteriorado la imagen de un Estado que parece incapaz de velar por su ciudadanía. Ana Carla Fonseca nos explicaba que “hay una confusión muy grande entre lo público y lo privado, pero esto no se debe sólo a las leyes, también en lo cultural se observa en muchos aspectos, en la apropiación del espacio público por el privado, en la confusión de los intereses públicos con los intereses personales de aquellos que ejercen el poder etc.”.

Según los profesores de la Universidad de São Paulo Eros Roberto Grau y Luiz Gonzaga de Melo el fenómeno de la corrupción en Brasil está indisolublemente unido a la conformación del Estado, y al perfil de las élites como reproductoras de un modelo social y cultural perverso que ha mantenido su vigencia tanto en los periodos autoritarios como en los democráticos (Grau y Gonzaga de Melo, 1996:1). Estos autores consideran que la segmentación del Estado brasileño es uno de los aspectos de su privatización, es decir, de su incapacidad de discriminar los intereses particulares y de fijar políticas en nombre del interés general (Grau y Gonzaga de Melo, 1996:8). Una de las causas que hacen que lo público y lo privado se diluyan es la lacra de un Estado que en ocasiones ha estado gobernado por políticos que confunden sus intereses personales con los públicos. Sin embargo, más allá de este asunto que podríamos considerar una deformación del ejercicio político, hay otras cuestiones que debemos analizar y que no tienen que ver con prácticas ilícitas sino que están más bien relacionadas con las propias estructuras de las instituciones.

Hemos visto en el apartado anterior que las leyes de incentivos son un buen ejemplo de este tipo de estructuras institucionales que, dentro del sector cultural, muestran la complejidad de las relaciones público-privado en Brasil. Otro ejemplo que vale la pena mencionar es el denominado Sistema S (SENAI, SENAC, SESI, SENAR), organismos financiados con dinero público, cuya dirección y gestión es de carácter privado pero cuyas actividades son gratuitas. Los pilares de este sistema se pusieron durante el periodo del régimen militar a través del incremento de incentivos fiscales a las empresas para ser destinados a programas que tenían como objetivo mejorar el desempleo. Actualmente estos centros ofrecen una amplia programación cultural, educativa y social y son sustentados con recursos públicos recaudados mediante contribuciones obligatorias. Sin embargo, su gestión está controlada por confederaciones patronales de la industria y el comercio, y consecuentemente toda la estructura orgánica y el ideario de los programas, cursos y demás eventos organizados por las entidades que componen el sistema S pasan a ser gestionadas por el sector empresarial.

Paralelamente, observamos que otro de los aspectos que refuerzan el protagonismo del sector privado como garante de la cultura es la contundente presencia de instituciones privadas con fundaciones que velan por el acceso a la cultura. Maria Alice Gouveia nos decía que “hay una parte muy grande de instituciones culturales financiadas con dinero privado, por ejemplo el Itaú Cultural o el Centro Cultural Banco do Brasil, casi todos los bancos tienen su fundación cultural”, también grandes corporaciones como Petrobras financian un porcentaje muy elevado de proyectos culturales. Leemos en su web⁴¹ que es “la mayor patrocinadora de la cultura brasileña” y que en 2006, gracias a la rentabilidad récord que la empresa alcanzó en aquel ejercicio fiscal, los recursos destinados al apoyo a proyectos culturales llegaron también a su valor máximo: 288 millones de reales. Tal es la importancia de esta petrolera que ante la caída de sus acciones y la ostensible merma de sus fondos para cultura debido a la crisis global, se llega a temer por el pulso cultural de todo el país ya que como venimos indicando la presencia del Estado en cuanto a la financiación directa de la cultura es muy débil. Recientemente leíamos en un artículo que denunciaba esta falta de presupuesto público para los museos y para las escuelas de arte⁴² que el Museo de Arte de São Paulo (MASP) se encuentra en condiciones muy

⁴¹ <http://www2.petrobras.com.br/cultura/espanhol/petrobrascultura/petrobraspatrocinadora/index.asp>

⁴² “Brasil, contra viento y marea” en el cultural on-line
<http://www.elcultural.es/HTML/20080214/arte/ARTE22437.asp>

precarias y que incluso los museos más importantes ven limitadas sus posibilidades de adquirir nueva obra por falta de fondos, por lo que el mercado del arte contemporáneo en Brasil depende únicamente de los compradores particulares.

Incluso con el desgaste de la crisis global, Brasil vive actualmente un momento de impulso económico. Pero este crecimiento no es distributivo, no hay que olvidar que Brasil sigue siendo uno de los países con más altos índices de pobreza del mundo. La concentración de riqueza en las grandes ciudades también afecta a los modos de producción de la cultura. En estos núcleos cierto tipo de cultura crece al ritmo y en función del mercado, pero sin embargo otras manifestaciones culturales que no están directamente relacionadas con esta lógica no disfrutan del mismo impulso. Según Leonardo Brant, São Paulo vive un proceso de crecimiento de la economía de la cultura muy fuerte, “existe un aumento del show business y las industrias culturales; también los museos, las salas de cine y las de teatro están creciendo de forma muy significativa en los últimos diez años” sin embargo, las políticas públicas poco tienen que ver en este hecho ya que “son las iniciativas de los propios emprendedores las que acaban generando ese proceso”. Este auge de las industrias creativas en las capitales sin ninguna mediación por parte del Estado ha desatado dinámicas propias que son interesantes de observar y que de acuerdo con Brant generan “cierta disfunción desde el punto de vista público” ya que “la iniciativa empresarial no puede conseguir dimensionar la función pública de la cultura porque existen intereses privados que se sobreponen”. Brant continuaba explicando cómo en su opinión las industrias creativas en relación con la producción popular de las comunidades pueden resultar negativas porque “instauran unas dinámicas que no son las propias de esas comunidades”, por ejemplo, “en la transformación de sus rituales en espectáculos, donde existe un claro desplazamiento en relación al origen; ése es el peligro de aplicar un pensamiento economicista a una lógica cultural”.

A pesar de esta tendencia a privatizar la cultura el artículo 215 de la Constitución Federal brasileña –en vigor desde 1988– dictamina que el Estado debe garantizar “a todos el pleno ejercicio de los derechos culturales y el acceso a las fuentes de la cultura nacional”, y apoyará “la valoración y la difusión de las manifestaciones culturales”. Pese a ello la crítica más extendida desde el sector cultural es que el desarrollo de planes de la cultura con programas estratégicos y la financiación cultural por parte del Estado sigue siendo uno de sus grandes déficits históricos. Así lo expresaba Leonardo Brant al decirnos que “el Gobierno no asume su responsabilidad

constitucional en cuanto a la cultura y acaba dejándola a merced de una lógica de mercado”.

Como ya vimos en el apartado anterior, la influencia de las políticas neoliberales en la cultura ha sido muy pernicioso. Leonardo Brant nos explicaba que “las políticas de Brasil tradicionalmente fueron ejercicios de poder sobre un pueblo oprimido” y que “la política neoliberal precisa cohabitar con una nueva política para que el Estado pueda velar por la cultura, ya que las políticas gubernamentales todavía no han logrado desarrollar una economía de la cultura sostenible basada en las potencialidades humanas, sociales y culturales. Esto es lo peor que puede acontecer en un lugar como Brasil que tiene esta riqueza cultural”. No obstante, Ronaldo Lemos se mostraba algo más optimista al decirnos que el papel del Estado cambió mucho desde que Gilberto Gil se puso al frente del MinC, ya que “gracias a él se creó el formato de los editales”, es decir, convocatorias públicas para creadores, y aunque Lemos reconoce que “este modelo no es perfecto” según él, tiene muchos aspectos positivos porque “consigue apoyar iniciativas más marginales que de otra manera jamás obtendrían soporte”. Otra iniciativa del Gobierno brasileño, de la que nos habló Lemos y que actualmente destina muchos recursos públicos a una gran variedad de proyectos culturales es el programa de los Puntos de Cultura; lo analizaremos en profundidad en el Capítulo 6.

Para recapitular diremos que en Brasil existe un marcado desequilibrio que puede derivar en una concentración de la producción cultural enfocada exclusivamente a la industria. Creemos que esto supone una amenaza al verdadero potencial de desarrollo que subyace en la diversidad cultural. En los siguientes capítulos argumentaremos que las industrias creativo-culturales tienden a exacerbar los desequilibrios al concurrir en dinámicas propias del mercado y que es necesario replantear la asunción de que el crecimiento económico implica de forma directa un desarrollo en lo social y lo cultural. Hemos comprobado que, cuando la gestión cultural pasa a ser competencia del sector privado, muchas manifestaciones culturales –las que menos visibilidad reportan o las más arriesgadas– quedan marginadas y tan sólo se realizan a través de mecanismos de voluntarismo y autofinanciación. A continuación profundizaremos en algunos de los peligros que se derivan de someter decisiones culturales a los designios del mercado, debatiendo la idoneidad de la industria creativa como motor de desarrollo.

Capítulo 4. ¿Crecimiento como modelo de desarrollo?

La economía va bien pero el pueblo va mal.

Emilio G. Medici

Como hemos visto en el primer capítulo ya desde la década de los 80 la industria creativo-cultural se ha concebido y vendido como un modelo de crecimiento capaz de transformar las “decadentes” capitales de la Europa industrial en prósperos centros económicos. La cultura jugó un papel importante al facilitar una re-economización de las ciudades ahogando los últimos remanentes del sector industrial, resignificando sus espacios por medio de su transformación en centros de arte y ocio y desplazando a las clases obreras hacia las periferias, lo que permitiría la entrada de capital extranjero y la consolidación de lo que en el mundo anglosajón se denomina el sector FIRE⁴³, el nuevo motor de la economía urbana occidental hasta la actual crisis. Las primeras definiciones de las industrias creativas que nos encontramos en los documentos político-culturales establecen que este sector está compuesto por actividades que tienen un potencial para generar riqueza y empleo a través de la explotación de propiedad intelectual. Las Industrias Creativas se definen como un sector estratégico que tendrá un papel preponderante en el desarrollo económico de las ciudades y regiones; en consecuencia, la cultura y la creatividad se ponen al servicio de la economía. Para contribuir a que esto sucediera las diferentes administraciones promovieron, entre otras medidas, el crecimiento de festivales, ferias y grandes eventos de carácter lúdico-cultural que además de dar salida a los productos culturales facilitaron la atracción de visitantes a los enclaves urbanos ávidos de recibir sus divisas y hacerles partícipes de las bondades de la cultura local.

Esto nos ayuda a confirmar una idea que introducíamos en el segundo capítulo: de forma creciente las políticas que regulan la cultura no son políticas culturales sino políticas económicas. La cultura, desde una óptica neoliberal, se valora por su capacidad de producir beneficios económicos. Como hemos visto anteriormente, se cuestiona la cultura que necesita ser subvencionada y con el discurso de las industrias

⁴³ Acrónimo de Financial and Real State (sectores financieros e inmobiliarios).

creativas se incita a economizar y empresarializar proyectos culturales que hasta entonces vivían en los márgenes de la economía⁴⁴. Todo esto se hace siguiendo una lógica muy concreta, propiciar el crecimiento económico que generarán de forma colectiva las numerosas empresas culturales. Como bien indica Foucault (2008), esta lógica es uno de los axiomas fundamentales que sustentan el pensamiento neoliberal. Según esta *doxa*, el crecimiento económico irá seguido por mejoras sociales, culturales, etc. por lo que no es prudente ni deseable diseñar políticas que puedan compensar las posibles desigualdades producidas por la acción del mercado, sino que se debe potenciar el crecimiento del mercado que de forma automática corregiría ese tipo de fallos. Es en este punto en el que vemos cómo encaja la retórica en torno a las industrias creativas como posible motor de desarrollo. En palabras de Edna Dos Santos-Duisenberg, “según la definición adoptada por la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (Unctad), la economía creativa tiene el potencial de fomentar el crecimiento económico, la creación de empleos y ganancias de exportación y, a la vez, promover la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano” (2008:60). Así vemos cómo se introduce un modelo de crecimiento económico como una posible herramienta de desarrollo, cómo se reemplaza una política social por una económica.

La confusión entre objetivos económicos y culturales

A lo largo del siguiente capítulo pondremos en crisis esta idea y cuestionaremos la propia noción de desarrollo. Para hacerlo nos detendremos a reflexionar en torno a algunos de los problemas que conlleva de forma implícita el modelo anglosajón de industrias creativas. La autora británica Kate Oakley, que ha estado vinculada al think-tank DEMOS, reflexionando sobre esta realidad ha resaltado algunos de los problemas y tensiones surgidos a raíz de entender “las industrias creativas igual como una fuente de crecimiento económico que como un elemento de inclusión social” (2006:260), haciendo evidente la pretensión del Gobierno británico de solventar problemas sociales apostando por modelos de las industrias creativas. Según esta autora “gran parte de las tensiones y contradicciones que surgieron de una política cultural ‘instrumentalizadora’ se gestaron en lo que podríamos definir como la retórica de las industrias creativas que están enfocadas hacia el mercado” (2006:256). Cuando se mide todo con un rasero económico y las políticas culturales pasan a ser políticas

⁴⁴ Con esto no queremos decir que los planes de apoyo a la industria creativa hayan logrado que muchas de estas economías dejen de ser marginales, pero indudablemente han conseguido formalizar gran parte de esta actividad, pese a que los ingresos que reportan sean más bien magros.

económicas, la cultura se torna un elemento completamente instrumental, viéndose obligada a cumplir ciertos objetivos económicos que bajo una lógica cuestionable, posteriormente se tornarán beneficios sociales, esto ha suscitado numerosos debates y no pocos conflictos. Las industrias creativas, al incluir bajo su abrazo tanto a grandes empresas de la cultura –discográficas, editoriales, etc.– como a elementos de la cultura autónoma –artistas, diseñadores, artesanos...– van a someter a la lógica del mercado a numerosas actividades que hasta el momento eran ajenas a estas dinámicas. Esto va a implicar que los objetivos y resultados de toda esta actividad se medirán desde una perspectiva estrictamente económica o social, es decir, a través de los beneficios monetarios generados o por su efectividad como elementos de conciliación social, integración de comunidades marginales, inclusión de minorías étnicas en la esfera pública, etc. Por un lado esto conducirá a que las subvenciones a la cultura se reemplacen por créditos y otro tipo de productos financieros⁴⁵ ideados para maximizar la rentabilidad y para introducir a las trabajadoras y trabajadores en sistemas de producción orientados a producir beneficios, pero por otro, se exigirá que la cultura justifique constantemente su valor social. Es lógico pues que se afirme “que una crítica recurrente de las políticas culturales del Gobierno [británico] es que éstas terminan siendo políticas sociales encubiertas” (2006:256). Sobre este asunto el que fue secretario del Ejecutivo de la Comisión Mundial sobre Cultura y Desarrollo de la UNESCO, Yudhishtir Raj Isar, comenta que “el verdadero problema está en la manera como todo lo que es cultural –no sólo las formas dirigidas al mercado– se está tendiendo en la cama procustea de la economía” (2008:80).

Esta situación favorece que en ocasiones los objetivos económicos y los culturales se confundan, que políticas diseñadas con fines económicos terminen por legislar la cultura y que sean intereses ajenos a la cultura los que dicten tendencias, normas y formas de funcionamiento. Un ejemplo evidente de este proceso lo hemos visto en el capítulo anterior cuando hemos analizado la ley Rouanet, una ley de incentivo que ha terminado confiriendo potestad sobre decisiones culturales a los responsables de comunicación de las empresas. Es lógico pensar que los objetivos y valores que unos otorguen a la cultura no serán los mismos que deseen otros. Pese a ello,

⁴⁵ En el Estado español vemos instituciones como el ICIC que sacó una línea de aportaciones reintegrables, y créditos a la cultura (<http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.704524581c6421873748b049b0c0e1a0/?vgnexto id=a4db6111f7992110VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=a4db6111f7992110VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=default>) o en Andalucía los créditos Melkart, a bajo interés y para empresas creativo-culturales (<http://www.a-emprende.net/index.php?nivel1=2007-03-14-12.37.12.441&nivel2=2007-03-14-12.49.03.435&tipo=generica>).

comprobamos cómo de forma creciente las competencias sobre cultura se multiplican, la cultura se torna recurso y el valor económico termina primando sobre otro tipo de valores a la hora de decidir o potenciar ciertas actividades sobre otras. Todos estos aspectos nos ayudan a comprender la noción neoliberal de cultura como motor de crecimiento basada en la asunción de que el emprendedor o la empresa generarán beneficios que se insertarán en la sociedad –sueldos, externalidades– y que contribuirán a mejorarla como un todo. Esta idea, que el crecimiento económico propicia el desarrollo social, es la que ha dado pie a que cada vez en mayor medida, se perciba la cultura como un elemento de desarrollo. No es extraño que en el Estado español el Ministerio de Asuntos Exteriores gestione competencias culturales –como la red de Centros Culturales de España en el exterior–, o que haya quien promueva planes de desarrollo a través de iniciativas culturales –acción que desempeña la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo, AECID⁴⁶).

¿Desarrollo?

La noción de desarrollo ha sido ampliamente discutida, y pese a que su impulso a través de la cultura ha tenido importantes padrinos institucionales (UNESCO, AECID, etc.) y no pocos artífices intelectuales (Mercer, 2002; Fonseca Reis, 2008; Sen, 2001), veremos que existen razones por las que desconfiar de dicho discurso, pues éste oscila desde quien critica la visión moderna que encierra la noción hasta quien proclama que detrás de la noción de desarrollo se esconde una agenda imperialista (Frédérique Apffel-Marglin, 1998) o quien habla de las “ruinas del desarrollo” (Grillo Fernandez, 1998), es decir, todos los restos de proyectos de desarrollo fallidos que quedan esparcidos por Latinoamérica. La profesora experta en política latinoamericana y desarrollo Jan Knippers Black nos ayuda a entender en parte algunos de los problemas suscitados por el término desarrollo, concepto con una larga historia y no pocas acepciones. En su libro *Development in Theory and Practice* (Knippers Black, 1999), la autora argumenta que “a finales de la década de los 50 y principios de los 60, cuando los programas de asistencia para el desarrollo se estaban convirtiendo en un proyecto masivo y la comunidad académica estaba exponiendo los motivos para apoyarlos, se suponía que el tradicionalismo era el problema a erradicar y la modernización era su solución” (1999:15). En ese contexto, “gran parte de lo que ahora se denomina tercer mundo estaba comenzando a salir del colonialismo y la pobreza se transformó en ‘subdesarrollo’” (1999:16). Así, se normalizó la idea de que

⁴⁶ <http://www.aecid.es/web/es/aecid/>

desarrollo significaba estabilidad económica y subdesarrollo significaba pobreza. Por eso no extraña que gran parte de los indicadores de desarrollo fueran –y sigan siendo– económicos, siendo el PIB el más importante de ellos. Es bien sabido que instituciones internacionales como el FMI o el Banco Mundial promovieron programas de desarrollo que como acertadamente ha denunciado Stiglitz (2003) tenían como objetivo introducir un modelo de economía neoliberal en países que eran ajenos a esa tradición económica y que estructuralmente no pudieron hacer frente a sus necesidades. Por esta razón Knippers Black argumenta que “para la gran mayoría [de estos países], la modernización ha venido acompañada de elevadas tasas de desempleo, inflación crónica, deudas inalcanzables, privatización de recursos, deterioro medioambiental y crecimiento de la dependencia exterior” (1999:20). En este contexto tiene sentido que la noción de desarrollo suscite reticencias y desconfianza. Esta visión economicista del desarrollo ha predominado: “La tendencia de medir el valor, y por ende el desarrollo, en términos monetarios apenas sorprende, puesto que en cierto sentido, todos estamos acostumbrados a trabajar para ganar más dinero” (1999:20). De esta manera se ha normalizado cierta noción de desarrollo diseñada desde arriba, por agentes e instituciones internacionales, que en pocas ocasiones han sabido entender ni la realidad ni las necesidades de los países o comunidades a los que buscaban “ayudar”.

A pesar de estas críticas hay quien considera posible y deseable fomentar el desarrollo a través de la cultura. Un caso interesante es el de la investigadora brasileña Ana Carla Fonseca Reis, que ha escrito profusamente sobre el tema. Ella considera que “la economía creativa es una oportunidad para rescatar al ciudadano –insertándolo socialmente– y al consumidor –incluyéndolo económicamente–” (2008:15). Aun así, Fonseca Reis deja claro que para que esto suceda no hay que abrazar el modelo británico a ciegas sino que hay que saber aplicar el modelo de las industrias creativas a los diferentes contextos en los que se implementen comprendiendo sus especificidades culturales, sociales y políticas. Como bien argumenta, “diversos países, al comprender que hay que profundizar en esa discusión en busca de un nuevo paradigma socioeconómico, pero eventualmente movidos por ingenuidad o deslumbramiento, han visto la solución británica como la luz al final del túnel del desarrollo, sin la necesaria traducción del concepto a su propia realidad cultural, social y económica” (2008:19). No obstante, admite que “las *creative industries*, o economías creativas, se convirtieron en uno de los programas para promover el desarrollo de países de África, Asia, América Latina y Caribe, mediante el

pleno aprovechamiento de su potencial cultural en términos de desarrollo económico y social” (2008:19), y es que muchos de estos países siguieron las indicaciones de organismos internacionales como la UNCTAD e introdujeron planes de implementación de industria creativa, en gran parte movidos por las increíbles cifras de crecimiento que lanzaban informes oficiales británicos o estadounidenses. A raíz de estos hechos Fonseca Reis comenta que “es innegable que parte de la atención que despierta la economía creativa tiene su base en las estadísticas de impacto económico divulgadas por el sector, tal como ocurrió como resultado del caso británico” (2008:20), pese a que es notorio que gran parte de esas cifras han sido revisadas a la baja recientemente y se ha cuestionado la exactitud de las mismas.

Un reciente informe redactado para el GLA por Alan Freeman⁴⁷ mostraba algunos de los trucos estadísticos que arrojaron la idea de crecimiento sin parangón de las industrias creativas y los puestos de trabajo que en ellas se generaron (2007). De forma paralela, han sido numerosas las voces (Oakley, 2004; Ruido y Rowan, 2007; Ross, 2008) que han denunciado los elevados índices de precariedad existentes en la industria creativo-cultural europea, poniendo en evidencia los supuestos beneficios económicos que reporta la actividad cultural. Por todo ello, cuando Fonseca Reis plantea la economía creativa como fuente de desarrollo deja claro que “el desafío, por lo tanto, está en encontrar un modelo de economía creativa que una el crecimiento del país y la recompensa a los productores creativos en la misma proporción que se vale de sus talentos” (2008:29). De igual forma, “uno de los mayores retos para el fomento a la economía creativa en los países en vías de desarrollo es la articulación de un pacto social, económico y político entre los sectores público y privado, la sociedad civil, la academia y los organismos multilaterales, en el que cada uno juega un rol muy claro” (2008:36), puesto que es evidente que sin este tipo de medidas estructurales, como tantos otros planes, la industria creativa puede terminar por perderse entre los resquicios de la legalidad e ilegalidad, lo público o lo privado y lo deseable o lo posible.

Es necesario estructurar un marco (*framing*) mercantil que permita que la industria creativa pueda funcionar. Esto en la práctica ha implicado que los países occidentales exportaran estructuras financieras y modelos empresariales que poco tenían que ver con la realidad socio-político-cultural de los países en los que intervenían. Un claro ejemplo de esto lo encarnan las leyes de propiedad intelectual que se promueven como marco idóneo del que extraer beneficios al trabajo creativo-cultural. Organismos

⁴⁷ http://www.london.gov.uk/mayor/economic_unit/docs/wp_22_creative.pdf

como la World Intellectual Property Organization (WIPO) han hecho un proselitismo beligerante del modelo anglosajón del copyright que muy poco tiene que ver con las tradiciones jurídicas de algunos de los países en los que se intenta imponer. Fonseca Reis sostiene que “aunque se reconozcan las ideas como recurso primordial de la economía creativa, confiriendo a los derechos de propiedad intelectual una relevancia única, el marco regulador es excesivamente rígido para hacer frente al conflicto entre los derechos individuales de remuneración financiera del creador y los derechos de acceso público al conocimiento generado” (2008:42). Otro problema derivado de esta visión lo presenta la Jefa del Programa de Economía e Industrias Creativas del UNCTAD, Edna Dos Santos-Duisenberg, cuando en un artículo afirma que “está claro que la mayor parte de los ingresos creativos/artísticos se originan en los derechos de autor, licencias, marketing y distribución. Lamentablemente, en muchos casos, todos esos ingresos, que suman miles de millones de dólares, se recaudan en el exterior en lugar de retornar al balance de pagos del país natal de los artistas” (2008:69).

Propiedad intelectual

George Yúdice también se muestra escéptico en torno a la viabilidad de los derechos de propiedad intelectual como forma de economización y modelo deseable para lugares como América Latina. Pese a admitir que ese modelo funciona muy bien para las grandes corporaciones estadounidenses, Yúdice tiene dudas sobre su aplicabilidad en contextos con tradiciones jurídico-legales muy diferentes. Argumenta que “debería ser evidente que el modelo de negocio que buscan defender IFPI⁴⁸ y las majors no tiene sentido para la gran mayoría latinoamericana. Ese modelo se creó dentro de las sociedades de consumo de EE UU, Europa y Japón y luego se procuró expandirlo a otras regiones cuando se saturaron sus mercados” (2008:184). La “piratería” o el poco respeto a la propiedad intelectual es una práctica extendida en América Latina, idea que corroboraron gran parte de las personas con las que nos pudimos entrevistar en Brasil. Yúdice señala que “aun en ciudades con clases medias pudientes como Buenos Aires o São Paulo, la piratería no da muchas señales de reducirse significativamente. La reducción en el número de ventas se achaca a la piratería, pero no se dice nada respecto al nivel de ingresos de la gran mayoría de latinoamericanos” (2008:184). Por otro lado la emergencia de movimientos como el tecno-brega pone en cuestión que la mejor forma de explotación de la cultura sea a través de los derechos de propiedad intelectual. Sobre este asunto se puede consultar el exhaustivo trabajo

⁴⁸ International Federation of the Phonographic Industry, <http://www.ifpi.org>

de investigación realizado por Ronaldo Lemos (Lemos, 2008) en el que se muestran los circuitos de distribución alternativos y los diferentes canales de comercialización de un fenómeno musical que tiene gran repercusión en ciertas zonas de Brasil.

Inclusión social

A las críticas antes esgrimidas en torno a la idea de industrias creativas como motor de desarrollo se les pueden sumar otros conflictos derivados de la puesta en marcha de este tipo de planes en Europa y Estados Unidos. El problema al que hacíamos mención al principio de este capítulo, suscitado por la creencia de que las políticas sociales podían cubrirse a través de políticas económicas, está en la raíz de gran parte de las críticas que vamos a exponer a continuación. La primera de ellas la ha puesto sobre la mesa la ya mencionada Kate Oakley y parte de la idea inicial de que las industrias creativas, debido a su naturaleza cultural, iban a ser un potente motor de inclusión social. Y es que según explica ella, al principio existía “la percepción de que la clase creativa era meritocrática, abierta al talento y poco proclive a los prejuicios de raza, género o sexualidad, lo que condujo a la esperanza de que estos sectores abrieran caminos para la participación de los grupos tradicionalmente excluidos” (2006:262). Pero esta asunción no tardó en ponerse en entredicho. Las cifras pronto mostraron una realidad un tanto más cruda, “el 4,6% de la fuerza de trabajo en las industrias creativo-culturales del Reino Unido proviene de un origen étnico, comparado con el 7% del total del país. Esto es aún más problemático cuando uno considera que el trabajo en las industrias creativas se concentra en Londres, donde una cuarta parte de la fuerza del trabajo tiene un perfil étnico” (2006:263). El acceso a los trabajos en la industria creativo-cultural normalmente se realiza mediante contactos internos o redes de amistades, lo que puede suponer un verdadero obstáculo a gente muy bien preparada pero que carece de contactos. Como indica Oakley, “es muy evidente que éste es un sector que depende mucho de redes sociales para poder entrar y crecer laboralmente, la experiencia normalmente se consigue a través de trabajos no remunerados (...) las desventajas para aquellos que no tienen amigos o familiares en este tipo de sectores o que no pueden permitirse trabajar de forma gratuita es obvia” (2006:265). A la exclusión de ciertos segmentos sociales se tiene que sumar el hecho de que la industria creativa haya propiciado una gran desigualdad en la tasa de crecimiento de las diferentes regiones en las que se ha puesto en marcha. Oakley señala que “pese a la retórica progresista que acompañó a la puesta en marcha de los sectores basados en el conocimiento –servicios financieros, ciencia y tecnología e

industrias creativas–, la brecha de las disparidades económicas se ha incrementado en el Reino Unido, tanto entre regiones como de forma interregional” (2006:268).

Con esto comprobamos que la puesta en marcha de los planes de industrias creativas ha ido acompañada de mayores tasas de exclusión laboral para comunidades marginadas y por un crecimiento muy desigual de las regiones en las que se han implementado, lo que nos lleva a pensar que posiblemente, si aceptáramos que la industria creativa ha sido efectiva en producir crecimiento económico, este crecimiento no ha discurrido en paralelo ni ha propiciado mejoras de carácter social ni promovido ningún tipo de igualdad. Por esta razón Oakley recomienda que “las políticas de inclusión social o que promuevan la igualdad necesitan desarrollarse por su propio derecho, no como una consecuencia del crecimiento económico. No existe evidencia alguna que nos sugiera que una sociedad económicamente competitiva no pueda tener grandes magnitudes de desigualdad o injusticias. Enmendar estas situaciones debería ser una prioridad política, no una manera instrumental de producir más realizadores de cine o diseñadores de videojuegos” (2006:271).

Sobre la discriminación laboral por razones étnicas, el gurú y máximo defensor de las clases creativas, Richard Florida, hace también evidente de forma involuntaria una realidad bastante desafortunada. Uno de los tres índices que utiliza para evaluar el potencial creativo de una región, la tolerancia⁴⁹, nos muestra un panorama poco alentador. Según este controvertido autor “los resultados muestran que las nociones de diversidad y creatividad funcionan de forma conjunta para promover la innovación y el crecimiento económico” (2002:262); por ello busca los grados de diversidad – personas de diversas procedencias geográficas, étnicas, etc.– de los diferentes contextos que analiza. Si un contexto muestra elevados grados de diversidad, es mucho más susceptible de ser creativo y por ende productivo. El propio Florida se ve obligado a aceptar un problema con esta escala de valoración, y es que refleja una realidad algo incómoda, puesto que estas gráficas “no incluyen individuos afro-americanos o no-blancos” (2002:262). Esto parece reflejar algo que ya ha denunciado Kate Oakley, y es que, como se ve obligado a admitir Florida, “parece que la economía creativa hace muy poco para mejorar la división tradicional entre los segmentos blancos y no-blancos de la población; en ciertos casos puede que incluso la empeore” (2002:263). Vemos así que este índice funciona muy bien en ciudades universitarias que atraen a estudiantes de diversos lugares geográficos, en muchos casos

⁴⁹ Los tres indicadores que utiliza son el talento, la tecnología y la tolerancia, en lo que denomina las 3Ts.

provenientes de familias adineradas dispuestos a “tolerarse” mutuamente y a trabajar de forma gratuita en la industria creativa. Pero sus indicadores muestran la otra cara de esta realidad: las ciudades con desigualdades y el prejuicio racial no cambian al introducir la industria creativa, y en algunos casos este tipo de problemas empeora en este sector.

Discriminación de género

Otra forma de discriminación en este sector que ha sido denunciada en diferentes ocasiones, y para cuya erradicación se ha trabajado en otros sectores, es la que se produce por razones de género. A continuación vamos a analizar las aportaciones que hacen dos académicos británicos, Rosalind Gill y Mark Banks, que han investigado en torno a las nuevas formas de discriminación de género que se han anclado en el contexto de las industrias creativo-culturales. Banks nos advierte de que “tras el discurso de la ‘flexibilidad’ y la ‘libertad creativa’ se esconden una serie de desigualdades fundamentales y prácticas discriminatorias en el trabajo cultural. Argumentamos que las formas de organización ostensiblemente ‘destraditionalizadas’ y ‘reflexivas’ de las industrias culturales pueden propiciar la posibilidad de que re-emerjan formas tradicionales de discriminación y desigualdad de género” (Banks y Milestone, 2009). Según los autores esto sucede porque la “disolución de formas de poder social ya sedimentadas puede dar pie a lo que paradójicamente podemos denominar un efecto de ‘retraditionalización’” (2009). La falta de formas de organización estables, la extrema flexibilidad de las prácticas laborales del sector, la ausencia de marcos de control, la escasa o nula representación sindical y la desaparición de ciertas jerarquías que se reemplazan por sistemas de trabajo en red, han precipitado la pérdida de conquistas sindicales y la aparición de formas de injusticia que en muchos otros sectores se tienen controladas. Esto afecta principalmente a las mujeres, que siempre han sido más vulnerables a este tipo de formas de discriminación. Como sugieren estos autores “en los trabajos culturales se tiende a situar a las mujeres en puestos de administrativa, cuidadora u otras actividades de apoyo, en lugar de ocupar trabajos creativos o en puestos de alta visibilidad” (2009). Esto contrasta mucho con la visión generalizada que se tiene del trabajo creativo que, como explica con acierto Rosalind Gill, tiende a percibirse como un sector “cool, creativo e igualitario por académicos, políticos, los media y los propios trabajadores del sector” (2002: 70). Gill, tras realizar un trabajo de carácter etnográfico con trabajadoras y trabajadores de *new media* situados en Inglaterra, Holanda, Francia y España, pudo comprobar la importancia de la discriminación por motivos de género

en este sector. Con su trabajo se hizo patente que “las mujeres conseguían menos contratos laborales, y las que los conseguían solían vincularse al sector público o al tercer sector y no tanto con entidades privadas –que de forma desproporcionada contrataban a hombres–. Las mujeres ganan menos dinero por su trabajo que los hombres –pese a que esto pueda ser debido a que consiguen menos proyectos y no porque su trabajo esté devaluado” (2002:82). Como ya hemos visto con Oakley, este sector en el que prima la informalidad, puede dar pie a que ciertos protocolos desaparezcan –la entrevista de trabajo, por ejemplo– y se naturalicen conductas poco deseables. Según Gill, “la informalidad será la causa de problemas de muy diversa índole para las mujeres, que han de trabajar con hombres en ambientes masculinizados y padecen formas de relación sexualizadas, preceptos sexistas o culturas machistas” (2002:82). Si en muchos otros ámbitos laborales las políticas que prohíben este tipo de comportamientos existen, pese a que se podría argumentar que han tenido resultados desiguales, en el sector del trabajo creativo se carece completamente de este tipo de marcos normativos, cosa que ayuda a naturalizar los comportamientos mencionados. Gill concluye advirtiéndonos de que “si observamos esta situación utilizando indicadores tradicionales como el número de contratos o los beneficios obtenidos, las mujeres aparecerán como claras perdedoras en este contexto” (2002:86), asunto preocupante que no deja de ser una realidad del sector.

Turismo cultural

Otro de los problemas derivados de tomar la industria creativo-cultural como modelo de crecimiento y desarrollo viene directamente de la mano de una de las áreas de explotación aparentemente más rentables de la cultura: el turismo cultural. Como comentábamos en el capítulo 1, el auge del turismo cultural ha facilitado la terciarización de las ciudades y ha sido uno de los más grandes aliados del sector inmobiliario, que a su vez ha contribuido a desposeer suelo urbano para re-capitalizarlo (Harvey, 2007). El turismo cultural siempre se ha descrito como un modelo de negocio democrático puesto que genera numerosas externalidades y supuestamente beneficia no tan sólo a la cultura –o al sector que lo atrae– sino también a tenderos, taxistas, hosteleros y a todos aquellos sectores que sepan ponerse en valor y captar los beneficios que del turismo se desprenden. Guiados por esta lógica diferentes gobiernos europeos instauraron en el año 1985 una iniciativa aplaudida por políticos y planificadores urbanos por igual, el proyecto de las Ciudades Europeas de la Cultura, que posteriormente se conocería como Capitales Europeas de

la Cultura⁵⁰. Con esta iniciativa la idea de turismo cultural se institucionaliza y las diferentes ciudades europeas entran a competir entre ellas para conseguir ser proclamadas capitales culturales. De forma paralela, bajo la excusa de adecuar las ciudades para poder optar a tal nominación, éstas se reestructuran y, mientras, se ponen en marcha grandes obras de transformación urbana. Aunque desde numerosas instituciones se incide en lo necesario que es poner el patrimonio cultural en valor y buscar formas con las que explotar la riqueza cultural, este modelo económico no deja de acarrear consecuencias perjudiciales para los entornos, comunidades o contextos culturales en los que se implementa. El geógrafo estadounidense David Harvey explica con claridad prístina la base de funcionamiento de este tipo de sistemas de explotación económicos. Utilizando el concepto de “renta monopolista”, en un breve artículo denominado “El arte de la Renta: la globalización y la mercantilización de la cultura” (Harvey, 2005) explica este mecanismo. Según este autor, “toda renta se basa en el poder monopolista de los propietarios privados de ciertas zonas del planeta. La renta monopolista surge porque los actores sociales pueden obtener un flujo de ingresos mayor durante un periodo de tiempo prolongado en virtud de su control exclusivo sobre un artículo determinado, directa o indirectamente negociable, y que en determinados aspectos cruciales es único y no reproducible” (2005:30).

El turismo cultural se basa específicamente en extraer rentas de pueblos, ciudades o barrios aprovechando los elementos culturales que los distinguen de otros enclaves geográficos. Son necesarios procesos de diferenciación –puesta en valor– y de producción de autenticidad para lograr atraer a personas que deseen conocer esos contextos. Según Harvey, “la categoría de renta monopolista conlleva dos contradicciones implícitas (...) en primer lugar, aunque la excepcionalidad y la particularidad son cruciales en la definición de ‘cualidades especiales’, el requisito de comerciabilidad significa que ningún producto puede ser tan excepcional o tan especial como para quedar totalmente al margen del cálculo monetario (...) en segundo lugar, cuanto más comercializables se vuelven estos productos, menos excepcionales y especiales parecen. En algunos casos la propia comercialización tiende a destruir las cualidades excepcionales” (2005:32). Esta contradicción marcará las dinámicas de producción de singularidad de los contextos culturales que se orientan a atraer

⁵⁰ Esta iniciativa llegaría a Latinoamérica algunos años más tarde, cuando en el año 2000 se puso en marcha la Capitalidad Cultural Americana. Actualmente en el Estado español concurren por la capitalidad cultural del año 2016 las ciudades de Alcalá de Henares, Burgos, Cáceres, Córdoba, Cuenca, Donosti, Málaga, Murcia, Oviedo, Gijón y Avilés, Palma de Mallorca, Pamplona, Santander, Segovia, Tarragona y Zaragoza.

visitantes y rentas a través de la explotación monopolística de su patrimonio, vida cultural o vida social.

Lo dicho anteriormente implica la producción constante de elementos diferenciadores, puesto que “la anodina homogeneidad que lleva consigo la pura mercantilización borra las ventajas del monopolio. Para que se produzcan rentas monopolistas, es preciso encontrar alguna forma de conservar las mercancías o lugares que sean lo suficientemente excepcionales y especiales (...) como para mantener una ventaja monopolista en una economía, por otra parte, mercantilizada y a menudo ferozmente competitiva” (2005:33). Las ciudades Europeas han sido testigo de este tipo de procesos, la diferenciación cultural se puede buscar a través de la introducción de tangibles –grandes intervenciones urbanísticas, arquitectura de autor, nuevos elementos urbanos–, eventos sociales –grandes eventos culturales, festivales, conciertos– o intangibles –la puesta en valor de formas de vida, sociabilidades, etc.–, pero requiere de un esfuerzo constante para reinventarse y acumular capital simbólico que posteriormente se podrá explotar. Como bien indica Harvey, en los circuitos de explotación de la cultura mediante el turismo “lo que está en juego es el poder del capital simbólico colectivo y de las marcas espaciales de distinción vinculadas a un lugar determinado, que ejercen poder de atracción significativo sobre los flujos de capital en un sentido más general” (2005:48). Hay lugares que debido a su historia, su rol político, su legado cultural o gracias a estrategias perfectamente diseñadas para valorizar su cultura ya tienen una gran dosis de capital simbólico acumulado. Harvey nos indica que “el capital simbólico colectivo unido a nombres y lugares como París, Atenas, Nueva York, Río de Janeiro, Berlín y Roma es de suma relevancia y otorga a estos lugares grandes ventajas económicas en comparación con pongamos por caso, Baltimore, Liverpool y Glasgow. Para este segundo grupo el problema reside en elevar su cociente de capital simbólico y aumentar sus marcas de distinción para fundamentar mejor sus reivindicaciones con respecto a la excepcionalidad que produce renta monopolista” (2005:48).

Aun así es necesario preservar este valor simbólico, fácilmente erosionable y de extrema fragilidad. Esto supone medidas de exclusión y de cercamiento, y de forma obligatoria se tendrá que decidir quién o qué se encargará de preservar este capital. La propiedad intelectual es uno de los posibles regímenes existentes para garantizar el monopolio sobre este tipo mercancías culturales. La privatización de la esfera pública, la museificación de los objetos culturales o la selección activa de posibles beneficiarios constituyen otras formas de preservar el valor simbólico de la cultura. Esto puede

resultar problemático puesto que la gestión y explotación de bienes públicos pasa a manos de un grupo muy restringido de personas –o empresas–. Como argumenta Harvey “la cuestión es determinar qué segmentos de la población se beneficiarán del capital simbólico al que todo el mundo, a su modo, ha contribuido” (2005:50), y la puesta en valor de la cultura implica estas formas de exclusión. Otra de las paradojas a las que se enfrenta este modo de explotación de la cultura surge debido al poder erosionador del capital. El tránsito por los monumentos, su reproducción masiva, la mercantilización de la experiencia, todo este tipo de procesos contribuyen a la destrucción del capital simbólico-cultural que éstos atesoran. Harvey lo expone de la siguiente manera: “Si el capital no pretende destruir por completo la excepcionalidad que constituye la base de apropiación de rentas monopolistas (...), entonces debe apoyar una forma de diferenciación y permitir procesos culturales locales divergentes y en cierta medida incontrolables, que puedan ser antagonistas con respecto al propio funcionamiento” (2005:55).

¿Dónde se produce la riqueza?

A los problemas de erosión, exclusión y privatización de la cultura local que hemos comentado se suman otros no menos notables que contribuyen a poner en tela de juicio la idea del crecimiento a través del turismo cultural. El economista y polemista Jeremy Rifkin nos recuerda que “aunque el turismo traiga dinero y empleo a comunidades y países de todo el mundo, los estudios demuestran que sólo una pequeña parte de esa riqueza llega al grueso de la población que allí reside” (2002:203). El turismo tiende a concentrarse en zonas geográficas muy específicas, sigue recorridos marcados y el porcentaje de beneficios que deja fuera de estas zonas de consumo turístico es muy poco elevado. A esto hay que sumar que “la mayor parte de los hoteles, las líneas aéreas, los centros y empresas turísticas y las cadenas de restaurantes pertenecen a multinacionales, muchas de las cuales tienen su sede en algunas capitales de los países del G7” (2002:203). De esta forma, la idea de desarrollo a través del turismo cultural suscita tantas dudas como problemas y es necesario ponderar las posibles ventajas y compararlas con sus respectivos inconvenientes.

Ni crecimiento ni desarrollo

Con todo lo anteriormente argumentado ponemos en tela de juicio que el modelo anglosajón de industrias creativo-culturales sea el más indicado si lo que se quiere es

fomentar planes de desarrollo en países en los que las desigualdades económicas y sociales son mucho más exacerbadas que en los países en los que se ha gestado este tipo de políticas. Cuestionamos la idea de que el crecimiento económico implica de forma automática mejoras sociales, culturales y reducción de formas de desigualdad y discriminación. También se pueden poner en duda los posibles beneficios económicos que se generaron a través de la implementación de planes de industrias creativas. La visión que relaciona crecimiento económico con bienestar social parece demasiado simple como para que pueda servir de base para políticas que tienen como objeto enriquecer la vida cultural, potenciar la diversidad, reducir las desigualdades y mejorar el nivel educativo de una población. Como argumenta Raj Isar, “el verdadero peligro, aquí, es semejante al que se observó en los diversos estudios sobre ‘impacto económico’ que se llevaron a cabo en la década de 1980: aunque las pruebas fueran sólidas –y generalmente no lo eran, se exageró el caso económico–, las inversiones en los proyectos y programas culturales no deberían justificarse tan sólo en base a criterios económicos. En muchos casos, su contribución a la, digamos así, cohesión social o calidad de vida general no puede medirse por medio de cálculos económicos” (2008:80). De forma paralela en estos momentos se hace necesario contraponer los posibles beneficios económicos que genera una actividad con las externalidades negativas que va a producir. Una de las más destacables y de las que apenas se habla en los informes sobre las industrias creativas es el impacto ecológico que éstas van a tener sobre el medio ambiente. En estos momentos no es permisible pensar en crecimiento económico sin considerar los efectos negativos que éste va a tener, y un modelo de desarrollo basado en las industrias creativas ha de contemplar esta realidad.

En el siguiente capítulo vamos a reconceptualizar la noción de desarrollo presentando la idea de la emersión cultural como fórmula para conciliar los objetivos económicos, culturales y sociales. Para ello vamos a abrir un debate en torno a la noción de valor de la cultura, cuestionaremos los indicadores tradicionales y analizaremos una iniciativa cultural que replantea las bases de la política cultural en Brasil, los denominados “Pontos de Cultura”.

Capítulo 5. Los Valores de la Cultura

Es de necios confundir valor y precio.

Antonio Machado

A lo largo de este trabajo hemos intentado describir un proceso de progresiva economización de la cultura. Hemos sido testigos de cómo se ha propiciado una redefinición de las políticas culturales, de los espacios de consumo de la cultura, de sus formas de financiación y, por último, hemos visto que se ha abierto un debate en torno a los usos de la cultura. Hemos querido poner en entredicho el planteamiento que concibe la cultura como un elemento de crecimiento económico, argumentando que debido a una lógica neoliberal se han diseñado políticas económicas con las que se pretendía cubrir competencias culturales. El discurso de las Industrias Creativas, subsumiendo bajo su enunciado tanto a empresas de la cultura como prácticas autónomas, colectivos culturales o entornos creativos, ha desplazado el lugar en el que se hace política cultural y, en consecuencia, las decisiones sobre la cultura se realizan desde organismos que tienen como objetivo propiciar el crecimiento económico en lugar del fortalecimiento de las tramas de producción de la cultura. El sofisma que dicta el funcionamiento de este tipo de instituciones es que el crecimiento económico beneficia a toda la sociedad; por ende, la cultura también saldrá favorecida.

Nosotras consideramos necesario replantear las bases de este modelo de economía de la cultura. Es inexcusable diferenciar los objetivos económicos, sociales y culturales, puesto que numerosos estudios demuestran que en países económicamente desarrollados pueden existir problemas de marginación, desigualdad o pobreza, de la misma forma que en países con una alta renta per cápita pueden darse entornos culturales empobrecidos y faltos de diversidad. Una discusión que transcurre en paralelo a los debates ya expuestos, y que encierra muchas claves para comprenderlos mejor, es la de los valores de la cultura. La escala de valor en la que se enmarca la cultura condiciona la manera en la que se gestiona o produce, y va mutando en función de un conjunto de determinantes políticos, sociales y económicos.

Como ya hemos indicado en el primer capítulo, a raíz de la expansión del discurso de las Industrias Culturales y su transformación en Industrias Creativas, en los últimos años del s. XX algunos gobiernos occidentales han empezado a incluir la cultura en sus principales programas estratégicos, dejando de ser un bien suntuario y elitista con

un papel marginal en términos económicos, para convertirse en un actor protagonista de la economía.

Bajo los fundamentos del neoliberalismo y su desmedida confianza en la lógica de mercado, uno de los factores determinantes para valorar una mercancía –en este caso, un bien cultural– es lo que el consumidor esté dispuesto a pagar, es decir, su precio. En ese limitado horizonte se han establecido medidas como la valoración contingente (VC), basada en “preguntar directamente a muestras seleccionadas de la población, a partir de encuestas o entornos experimentales, cuál es su disponibilidad a pagar por incrementos cualitativos o cuantitativos de los bienes no comercializados, o cuál es su disponibilidad a aceptar disminuciones cualitativas y cuantitativas de bienes no comercializados” (Manual de economía de la cultura:781). Estos métodos parten de la premisa de que la encuesta individual a diferentes sujetos bajo la equidad entre valor y precio genera información válida de la misma manera que el valor económico se mide en los bienes privados a través del precio. Esta visión miope soslaya los factores multidimensionales y cambiantes presentes en la percepción social de aquello que es culturalmente valorable y yuxtapone su origen intangible y abstracto al de una mercancía tradicional. Si bien existen debates respecto a la capacidad de esta metodología para contribuir a una medición de algo tan abstracto como el “valor cultural” que el individuo da al patrimonio artístico de su ciudad, organismos como el Banco Mundial la consideran “una herramienta informativa útil a adoptar en la evaluación de los planes de desarrollo de países, tanto subdesarrollados como desarrollados, donde el capital natural y cultural es significativo” (Manual de economía de la cultura:782). Más allá de este tipo de indicadores que podríamos pensar introducen cierto “*ethos* democrático” (Yúdice, 2002), los marcos de medición más utilizados están en consonancia con la utilidad o beneficios directos que han de derivar de la cultura pensando en la creación de entornos más seguros para la inversión y la ganancia o las externalidades que produce la cultura en, por ejemplo, procesos de regeneración urbana o la creación de contenidos para ciudades que fomentan el turismo cultural.

Con el fin de justificar la importancia de la cultura para el progreso económico de Europa, se han impulsado numerosos estudios e informes desde diferentes órganos institucionales. Aunque la delimitación de qué sectores se deberían incluir o no como parte de las industrias culturales ha sido una discusión recurrente y frente a la que todavía no existe unanimidad, encontramos que sí que existe, por el contrario, la idea

común de que el valor económico de la cultura reside en su contribución al aumento de la productividad, a la creación de empleo o al incremento del comercio exterior. A continuación veremos cómo se desarrolla esta trama discursiva a través de algunos de los documentos de referencia dentro de las políticas culturales europeas.

En el año 1998, la UNESCO impulsó en Estocolmo la Conferencia Intergubernamental de Políticas Culturales, que culminó con el Plan de Acción de Políticas para el Desarrollo⁵¹. Una de las acciones derivadas de este plan es el proyecto de investigación "Towards cultural citizenship: Tools for cultural policy and development", iniciado en el año 2000 y dirigido por Colin Mercer –consultor y catedrático de la Nottingham Trent University–, en el que se propone la creación de un nuevo marco conceptual para el diseño de herramientas que permitan la evaluación y planificación de políticas culturales para el desarrollo humano. Se trata de un documento de referencia para la elaboración de los ulteriores planes estratégicos de cultura que deberán llevar a cabo los gobiernos nacionales en cooperación con sus actores regionales y locales. Creemos que hay varios aspectos que merece la pena destacar. El primero de ellos es el énfasis puesto en el desarrollo como elemento asociado a la cultura; este tándem conceptual condicionará, como hemos visto, los discursos sobre políticas culturales en buena parte de los estados adheridos a la UNESCO. Otro aspecto que estimamos relevante es la recomendación de usar una combinación de indicadores cuantitativos y cualitativos a la hora de desarrollar estrategias de planificación y evaluación de la cultura. Tales indicadores han de ser capaces de mostrar que el desarrollo generado por la cultura revierte en la calidad de vida de las comunidades, en su capital social, y en la reducción de pobreza. Sin embargo, aunque se hace patente la necesidad de trabajar en esa dirección, ninguna de estas recomendaciones se acompaña de herramientas para capturar esta información que sitúa a la cultura como un catalizador no sólo de desarrollo humano sino también de crecimiento económico.

Paralelamente, en el año 2000, los principales representantes estatales de la Unión Europea se reunieron en el Consejo Europeo en Lisboa, y acordaron, entre otros, el objetivo de convertir, para el año 2010, la Unión Europea en la "más competitiva y dinámica economía del conocimiento del mundo, capaz de alcanzar crecimiento sostenible económico con más y mejores empleos y mayor cohesión social" (KEA, 2006). La Agenda de Lisboa hace hincapié en que para lograr el crecimiento de la

⁵¹ <http://www.unesco.org/cpp/uk/declarations/cultural.pdf>

economía y del empleo es necesario aumentar la inversión en I+D de los gobiernos, universidades y corporaciones, e invertir en TIC y en innovación. A raíz de estas recomendaciones, empiezan a alzarse numerosas voces que defienden que las industrias culturales deben tenerse en cuenta como un sector estratégico hermanado con las TIC y alineado con los objetivos de Lisboa. Así, desde diferentes instituciones culturales como la UNESCO, empiezan a impulsarse investigaciones que argumentan y refuerzan este discurso. Un ejemplo es el informe elaborado por KEA⁵² en 2006 para la Comisión Europea de Cultura, cuyo objetivo es “capturar el impacto directo e indirecto socioeconómico del sector cultural en Europa, para demostrar su contribución a la Agenda de Lisboa”, y en el que se vierten datos como, por ejemplo, que entre 1994 y 2002 el comercio internacional de bienes y servicios culturales llegó a sumar para el Banco Mundial más del 7% del Producto Interior Bruto generado en todo el mundo y dio empleo a más de cinco millones de personas en la Unión Europea. Otro ejemplo de este tipo de estudios lo encontramos en el informe de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD)⁵³ elaborado, en el mismo año, por la prestigiosa consultora PriceWaterhouseCoopers⁵⁴, en el que concluía que en 2005 el valor de las industrias culturales y creativas en el mercado mundial ascendió a 1,3 billones de dólares, y pronosticaba su tasa de crecimiento anual en un 10%.

Todas estas publicaciones, informes y estadísticas que como acabamos de ver comienzan a proliferar en los organismos culturales, al mismo tiempo que en las instituciones que regulan el comercio y la economía, denotan un progresivo cambio de percepción en el cual la cultura ya no se ve únicamente como un derecho, sino que se empieza a concebir como un fértil recurso al servicio del crecimiento económico de las naciones.

En España, recientemente, se llevó a cabo un proyecto de investigación estadístico iniciado por el Ministerio de Cultura con la finalidad de estimar la contribución del sector cultural al Producto Interior Bruto español. Como resultado de la investigación se publicó en 2006 el informe “El valor económico de la cultura”⁵⁵ que subraya el carácter de la cultura como fuente generadora de desarrollo económico en la sociedad española. De forma paralela, la Asociación de Artistas Visuales de Cataluña (AAVC)

⁵² “The economy of culture in Europe”, estudio desarrollado por la consultora KEA para la Comisión Europea de Cultura

⁵³ <http://www.unctad.org/Templates/StartPage.asp?intItemID=2068>

⁵⁴ <http://www.pwc.com/>

⁵⁵ <http://www.mcu.es/estadisticas/MC/VecE/Presentacion.html>

contribuyó al análisis del sistema económico de las artes en el Estado español con el estudio “La dimensión económica de las artes visuales en España”⁵⁶ publicado en el año 2007. El objetivo de ese trabajo no es únicamente poner de manifiesto la contribución de las artes a la economía sino también realizar una aproximación a su sistema económico y detectar sus debilidades para poder realizar recomendaciones que ayuden a mejorarlo y estabilizarlo. En su introducción, firmada por el entonces presidente de la AAVC, Francesc Torres, leemos una serie de observaciones que consideramos resumen muy bien las motivaciones que han impulsado este tipo de estudios de vertiente economicista:

Hasta ahora los argumentos que han utilizado los individuos y organizaciones activos en la generación de la cultura en nuestro país frente a sus interlocutores políticos han sido de orden moral. Se han identificado las expresiones culturales, las artes en concreto, como un ámbito de libertad, de ejercicio democrático, de experimentación y prueba de los límites de lo posible de una forma integrada y socialmente constructiva, incluso cuando este ejercicio ha llevado a algunos creadores a posiciones críticas en frontal colisión con el poder político. Se supone que esto es un buen baremo del nivel de salud democrática del sistema, lo que no es óbice para que cuando algo molesta de verdad se intente hacer lo posible para que deje de hacerlo. De ahí que haya ido emergiendo una percepción de la cultura y de las artes como un servicio a la ciudadanía al que toda ella tiene derecho, como tiene derecho a la educación o a la sanidad. Todo esto está muy bien pero tiene un problema, no todo el mundo en posición de tomar decisiones políticas al respecto lo entiende de la misma manera y se echa en falta, para situar de una vez a la cultura en el terreno de las prioridades inaplazables, la tangibilidad de lo económico. Dicho de otra forma, no se asocia en el argumentario prevalente el concepto económico de riqueza inherente a toda actividad creativa (DEAVE, 2007:9).

Desde el propio ámbito cultural emergen también ciertos discursos que defienden que el argumento económico es una importante baza a la hora de negociar el apoyo público para la cultura. Sin embargo, todas estas cuestiones en torno a su valor económico y a su medición han desatado un debate, especialmente intenso en Reino Unido, en el que se plantea una posible crisis de valores de la cultura. Si como señala el sociólogo escocés Andrew Ross, “el poder de los números no tiene sustituto” (Lovink y Rossiter, 2007), diferentes voces empiezan a considerar que la cultura ya no puede ser valorada únicamente como un recurso y, en consecuencia, se cuestionan

⁵⁶ http://www.aavc.net/aavc_net/html/documents/deave/deave-all.pdf

los marcos metodológicos tradicionales utilizados por las administraciones públicas a la hora de evaluar los proyectos culturales que subvencionan, cuyo interés justifican en términos de logros instrumentales –ya sea para generar cohesión social, atraer turismo o mejorar los índices de delincuencia– que, por otro lado, aún no han sido capaces de demostrar plenamente. En el año 2003 la secretaria de las Artes del Ministerio de Cultura, Medios y Deporte de Reino Unido, Estelle Morris, expresaba así su frustración: “Sé que las artes y la cultura contribuyen al bienestar de la nación, a la educación, a la reducción del crimen, a la fortaleza de las comunidades, pero lo que no sé es cómo evaluar o describir esto. Tenemos que encontrar un lenguaje adecuado. Es la única manera de asegurar el gran apoyo que necesitamos” (Holden, 2004:19).

En junio de 2003, dentro de este debate tuvo lugar en Londres la conferencia “Valuing Culture”, en la que se discutió cuál debe ser valor de la cultura y hasta qué punto las organizaciones culturales han de usar argumentos instrumentales para justificar las ayudas públicas. En 2004, el influyente think-tank DEMOS publicó un texto⁵⁷, escrito por John Holden, en el que se señala que actualmente se ha desencadenado una situación en la que los beneficios que la cultura logra en términos económicos y las externalidades positivas que genera se han vuelto más importantes que la actividad cultural en sí misma (Holden, 2004). Según el documento, en Reino Unido se ha llegado a este escenario debido, en gran parte, a las políticas culturales llevadas a cabo desde finales del siglo pasado. En los años 80 el Gobierno conservador decidió que la cultura debía ser la “doncella de la economía” (Holden 2004:15), las subvenciones públicas debían justificarse en términos de “economía, eficiencia y efectividad” y las organizaciones culturales argumentaban su existencia mostrando que habían ayudado a incrementar el turismo, a regenerar ciudades y a atraer el capital financiero y los negocios. Con la llegada al poder de los Nuevos Laboristas en 1997 se añadieron nuevas prioridades, pero sobre la base de lograr resultados instrumentales.

Para hacer frente a esta situación, Holden aboga por la necesidad de reformular el lenguaje para que éste sea capaz de reflejar y reconocer todo el espectro de valores de la cultura, y de esta manera promover una cultura “fuerte” que confíe en su propio valor en lugar de una cultura dedicada a la producción de beneficios subsidiarios. El texto incide en que el valor de la cultura no puede ser expresado únicamente a través

⁵⁷ The value of culture cannot be expressed only with statistics. Audience numbers give us a poor picture of how culture enriches us”. Holden, 2004. Se puede descargar aquí: <http://www.institutumeni.cz/res/data/004/000572.pdf>.

de estadísticas, ya que, por ejemplo, el número de asistentes a un museo proporciona una imagen muy pobre de cómo la cultura nos enriquece.

Holden plantea otra cuestión que merece ser tomada en cuenta. Se trata del debate en torno al valor intrínseco de la cultura. Como bien se apunta en el texto, aquellos que argumentan que la cultura tiene un valor intrínseco y que éste es el principal motivo por el que debe ser subvencionada han de enfrentarse a la hostilidad de la opinión mediática y a las acusaciones de elitismo. El cuestionamiento postmoderno del gusto, la belleza, la verdad o la trascendencia de la experiencia estética puso en evidencia la relatividad de estos conceptos, mostrando que se trata de ideas con una especificidad geográfica y temporal y no de valores universales. Otro problema a la hora de hablar de valor intrínseco es que el sector cultural es muy diverso, cada hecho cultural tiene unos objetivos, preocupaciones y procesos diferentes y ante un espectro tan amplio es difícil defender una idea común de valor intrínseco (23:2004).

Para conciliar los diferentes aspectos sobre el valor de la cultura Holden propone una aproximación no polarizada y que no refuerce las dicotomías entre valor instrumental y valor intrínseco, excelencia y acceso, o alta y baja cultura. Para elaborar una teoría que permita comprender la complejidad de la escala de valores de la cultura toma prestados ciertos conceptos de otros ámbitos que le permiten realizar una aproximación más amplia y rica: así de la antropología toma el reconocimiento de aquellos valores que no son estrictamente económicos, como el histórico, el social, el simbólico, el estético y el espiritual; del lenguaje de la ecología adopta las nociones de sostenibilidad, equilibrio y diversidad como valores que ayudan a incrementar la flexibilidad y fortaleza de un sistema; de la teoría sobre intangibles, le interesa retomar la idea de que es sumamente importante tener en cuenta y comprender bajo un enfoque común aquellos elementos que por su naturaleza inmaterial son difíciles de medir o evaluar; y por último rescata la noción de valor público como uno de los pilares sobre los que construir y defender el valor de la cultura (Holden. 2004).

En esta misma línea, Tessa Jowell, ministra de Cultura, Medios y Deporte de Reino Unido (entre 2001 y 2007) publicó en el 2004 un documento⁵⁸ en el que aborda todas estas cuestiones. En él expresa su disconformidad ante las formas tradicionales de valorar la cultura. En sus palabras: “demasiado a menudo los políticos nos vemos forzados a argumentar la cultura únicamente en términos de sus ventajas

⁵⁸ <http://www.ifacca.org/publications/2004/05/31/government-and-the-value-of-culture/>

instrumentales en beneficio de otras agendas –la educación, la reducción del crimen, las mejoras del bienestar– y tenemos que explicar, o en algunos casos casi que pedir perdón, por nuestra inversión en la cultura” (2004:10). Pero a pesar de esta reprobación hacia la instrumentalización de la cultura, Jowell admite que es necesario encontrar la manera de hacer comprender por qué es importante financiar la cultura y dice que “tenemos que ser capaces de explicar a una persona crítica o a un votante escéptico por qué es correcta esta inversión”. En las conclusiones del texto expone algunos de estos argumentos que pueden ayudar a explicar el valor de la cultura: “La cultura tiene un papel importante que jugar en la definición y la conservación de la identidad cultural del individuo, de las comunidades, y de la nación (...) la cultura define quiénes somos, nos define como nación. Y *sólo* la cultura puede hacer esto (...) así que los políticos tienen razones suficientes para apoyar la cultura por sus propios méritos sin tener que disculparse por ello ni tener que justificar su utilidad para otros propósitos” (2004:17). A raíz de tal afirmación, estimamos oportuno preguntarnos si la construcción de la identidad nacional a través de la cultura no es también un argumento instrumental. Sin duda, todas estas cuestiones merecen ser debatidas y tenidas en cuenta, ya que aunque, como hemos visto, se plantean problemas de difícil solución –como el de la construcción de identidad a través de la cultura–, los argumentos esgrimidos son muchas veces suficientes para vislumbrar qué tipo de idearios y políticas están detrás de los programas culturales que se llevan a cabo. Por este motivo defendemos que hacer público el debate sobre el valor de la cultura resulta no sólo interesante sino necesario.

En trabajos anteriores, utilizando el concepto de “innovación emergente”, ya hemos abogado por una cultura entendida como un contexto de producción de conocimiento que puede servir como su propio elemento de desarrollo (YProductions, 2007). Seguimos defendiendo los valores que en ese trabajo destacábamos: la cultura entendida como un trabajo de investigación, un entorno de pensamiento crítico, un proceso colectivo y un contexto de relaciones intensivo. Defendemos la necesidad de plantear la sostenibilidad y el fortalecimiento de las tramas culturales por encima de objetivos que son ajenos a la propia cultura y consideramos que se pueden crear espacios cuya concepción de la cultura no pase por su instrumentalización o por la medición de su efectividad como recurso puramente económico.

Como argumentamos en su momento, esta “innovación emergente”⁵⁹ puede desencadenar nuevos paradigmas económicos y otras formas de relación economía-cultura, sobre los que es necesario reflexionar. Es indiscutible que un contexto cultural con un alto potencial de innovación va a favorecer o propiciar la producción de ciertos tipos de riqueza, pero reivindicamos que la mirada se centre en fomentar la propia innovación emergente –de la que se puede desprender riqueza– antes que trabajar pensando en la cultura como forma de generar riqueza. Esto conlleva fortalecer el tejido cultural, saber entender las necesidades de los contextos creativos y propiciar redes de articulación de los saberes generados a través de la cultura. En este sentido abogamos por promover la emersión de tramas culturales ya existentes, lo que contraponemos a la idea de diseñar ciudades creativas o *hubs* culturales. Pensamos que el crecimiento debería ser fruto del cuidado y respeto de los contextos creativos y no que estos contextos surjan debido al crecimiento económico de una zona específica. Esto implicaría repensar ciertas políticas culturales, sus valores y sus discursos que las sustentan. En el siguiente capítulo profundizaremos en estas nociones y veremos a través de algunos ejemplos cómo desde el Estado se pueden propiciar programas que las tengan en cuenta.

⁵⁹<http://www.ypsite.net/investigacion.php?id=1>

Capítulo 6. La cultura, el Estado y la sociedad civil

La cultura, capaz de generar activos socioeconómicos, sin compromisos con la escala industrial y con los lucros proporcionados por el mercado, es aquella que nace en las comunidades brasileñas con las fiestas populares, con el encaje de *bilro*, en los barracones de las escuelas de samba, en las comunidades pobres de Río de Janeiro, en los espacios arqueológicos y en la cultura del *cangaço* en las márgenes del río San Francisco en la región del Xingó, en la artesanía del Vale do Jequitinhonha en Minas Gerais. Es la cultura producida en los territorios que el geógrafo Milton Santos nombró como “zonas opacas”, invisibles a la lógica financiera de los mercados y de la ceguera del Estado. Esas culturas exigen reconocimiento en las agendas de política cultural, no solamente como herramienta de autoestima o como símbolo folclórico, sino como alternativa inteligente para generar ganancias económicas, distribución de renta y consecuentemente desarrollo sostenible.

Brasil en tiempos de cultura. Escena política y visibilidad, por Marta Porto

Algunas reflexiones en torno a los diferentes valores que emergen de la cultura como la que presentamos arriba y la constatación de los efectos perniciosos que puede llegar a tener el mercado como único garante del acceso a la cultura han servido de base para ciertas políticas culturales que nacen con la voluntad de volver a situar la cultura como objeto de la política cultural. En ocasiones el Estado reconoce las formas de autoorganización que emergen de la sociedad civil y asume que su papel es el de propiciar que este tipo de iniciativas puedan proliferar y consolidarse. Como ejemplo de esto nos gustaría destacar un programa de dinamización cultural que está aconteciendo en Brasil y que a nuestro parecer ejemplifica esta necesidad de repensar cómo se estimulan los contextos creativos y que, a diferencia de muchos modelos de política cultural, no presentan una visión “de abajo-arriba” de la cultura sino que favorecen que se produzcan procesos de emersión de contextos e iniciativas culturales ya existentes. De igual manera, este programa propone una revisión de los valores de la cultura, incentivando la exploración de diferentes valores que funcionan en paralelo al valor económico, ofreciendo un contrapeso y una alternativa a la ya discutida ley Rouanet. Esta iniciativa, diseñada y apadrinada por el carismático ex-ministro de cultura Gilberto Gil se denomina “Pontos de Cultura” y tiene como principal objetivo detectar, ayudar y legitimar a todas aquellas personas, colectivos o espacios

que juegan un papel esencial o funcionan como motor de la actividad cultural de un contexto determinado. Los “Pontos de Cultura” son la principal acción del programa Cultura Viva⁶⁰ que en palabras de Gilberto Gil es un programa que “está concebido como una red orgánica de producción y gestión cultural, mediando entre los “Pontos de Cultura”, que es su programa principal” (MinC, 2004:18). Esta iniciativa depende del Ministerio de Cultura del Gobierno de Brasil, que es el encargado de buscar y evaluar el potencial de las diferentes iniciativas desarrolladas por la sociedad civil susceptibles de devenir un “Ponto de Cultura”. Si éstas reúnen una serie de requisitos y están interesadas en participar en esta iniciativa, firman un convenio con el Ministerio de Cultura (MinC) para transformarse en “Pontos de Cultura” y recibir apoyo económico y estructural⁶¹. Cada “Ponto de Cultura” es un amplificador de las expresiones culturales de una comunidad o de un contexto cultural determinado por lo que no existe una estipulación en torno a la forma que ha de tener cada “Ponto”, que puede “localizarse en una pequeña casa, una barraca, un gran centro cultural o un museo... Basta que los agentes de la cultura se presenten y se ofrezcan como punto. A partir del “Ponto” se desencadenará un proceso orgánico agregando nuevos agentes y socios e identificando posibles puntos de apoyo en la zona: la escuela más cercana que mantiene sus instalaciones cerradas a las comunidades del entorno, el salón de la iglesia, la sede de la asociación del barrio...” (2004:20). Actualmente, existen más de 650 “Pontos de Cultura” por todo Brasil, y paralelamente se han creado las “Redes de Pontos de Cultura” que son mecanismos de articulación diseñados para que los diferentes “Pontos” puedan compartir informaciones, experiencias y proyectos. Además, el MinC dota de infraestructuras digitales en software libre a cada uno de los “Pontos” entendiendo “la cultura digital como un instrumento de aproximación entre los ‘Pontos’, repensando la tecnología y promoviendo la generosidad intelectual y el trabajo colaborativo” (2004:17).

Co-responsabilidad en la gestión

Consideramos que esta iniciativa es interesante por varios motivos, se trata de un modelo que comprende la transversalidad de la cultura y que reconoce la cultura en toda su complejidad, desde la que se desarrolla en las grandes ciudades, en favelas y en la periferia, hasta la que nace en pequeños municipios o en aldeas indígenas,

⁶⁰ Para conocer más a fondo el programa Cultura Viva visitar la web: http://www.cultura.gov.br/cultura_viva/.

⁶¹ Cada Ponto recibirá hasta 185.000 reales (60.793 euros aprox.) en dotaciones semestrales, para invertir en el plazo de dos años y medio, conforme se ha definido por el propio “Ponto”. De esta cantidad una parte mínima de 20.000 reales (6.570 euros) deberá ser utilizada para la adquisición de equipamientos multimedia y software libre.

asentamientos rurales, quilombos, universidades, etc. Asimismo, cabe destacar su modelo de gestión compartida entre el poder público y los diferentes contextos de producción de la cultura. El papel del MinC es el de sumar recursos y nuevas capacidades a proyectos e instalaciones ya existentes, y la dirección del proyecto corre a cargo de las mismas personas que desarrollaban la iniciativa cultural desde el principio. Leemos en una entrevista⁶² a Célio Turino, secretario de Programas y Proyectos Culturales y coordinador del Programa Cultura Viva, que “el Punto de Cultura no es un espacio cultural creado por el Gobierno para las comunidades, por el contrario, son acciones desarrolladas por las comunidades que ganan el reconocimiento del Estado y pasan a recibir un aporte de recursos, a emplear conforme al plan de trabajo trazado por ellas (...) nuestro patrimonio cultural no puede ser reducido a un mero conjunto de edificios u obras de arte; es vasto y abarca todos los campos de la acción humana, materiales o inmateriales (...) el *Maracatu Leão Coroado*, de Igarazú (PE), por ejemplo, tiene 150 años y va a continuar existiendo, independientemente del Estado. Es un Punto de Cultura. El *Tá na Rua*, también un Punto de Cultura, desarrolla el teatro en la calle desde hace 27 años en Río de Janeiro”. Vemos pues que se trata de una iniciativa pública que fomenta e incentiva lo que hemos denominado “innovación emergente”. El ministro de cultura Gilberto Gil lo expresaba de la siguiente manera: “Es importante potenciar lo que ya existe (...) pero eso no significa un simple ‘dejar hacer’ porque eso conduciría a que los gustos y las imposiciones de la industria cultural acabarían por prevalecer. De la misma forma, pretender llevar ‘luces’, seleccionar cursos y espectáculos que juzguemos más adecuados y sofisticados también contribuiría a reproducir la misma relación de dependencia y subordinación y apenas afectaría al dirigismo del mercado por el Estado” (Gil, 2004:16).

Cultura y mercado

Otra cuestión sobre la que queremos incidir, es la perspectiva bajo la que el MinC entiende las relaciones que se establecen entre la economía y los “Pontos de Cultura”. Según el MinC “el mercado continúa imponiendo, con más fuerza que los Estados, la uniformización y pasteurización de los gustos y estilos artísticos, con el único objetivo de maximizar su lucro a base de la venta de producciones culturales a escala. Lo que se pretende con los Puntos de Cultura es experimentar un modelo nuevo, en el que el

⁶²Portal de la Cultura de America Latina <http://www.lacult.org/noticias/showitem.php?lg=1&id=963>

intercambio cultural se establezca con equilibrio entre las partes” (2004:38). Vemos que el objetivo de los “Pontos de Cultura”, por lo tanto, es experimentar con un modelo nuevo que cree las condiciones de desarrollo económico alternativo y que ayude a lograr la sostenibilidad de las comunidades culturales. Por último, estimamos muy interesante la manera en que se enfoca el marco de evaluación del proyecto. Como hemos visto en el capítulo anterior éste es un tema complejo y que ha originado un intenso debate en el ámbito internacional. Entre los fines del programa se encuentra la necesidad de construir instrumentos de evaluación que contribuyan a medir los impactos sociales y económicos de la cultura; sin embargo el énfasis no se pone en los retornos económicos, ya que, si bien se reconoce que son importantes, también se subraya que no pueden ser tratados como una relación coste/beneficio, puesto que debido a la escala del proyecto y de los productos culturales que puedan resultar, resultaría poco realista establecer parámetros de comparación con otras formas de producción creadas por la industria cultural. Al MinC le interesa generar información sobre los Puntos que permita identificar el potencial de la cultura como elemento de formación humana y crítica de los individuos y detectar en qué medida puede ser capaz de transformar las condiciones de vida de los sujetos y las comunidades. Sin embargo, y aunque pensamos que se trata de una visión mucho más sistémica capaz de entender la complejidad de valores que pueden emanar de la cultura, el programa no especifica cómo deberían ser las herramientas para extraer esa información.

Implementación

No es poco frecuente que en política cultural las ideas y los discursos que subyacen a una iniciativa particular se traduzcan con una suerte desigual en los programas con las que éstos se implementan. Esta disimilitud entre objetivos y resultados sucede en todas partes del mundo y con proyectos de diferente índole, por ello queremos dejar constancia de que carecemos de argumentos sólidos y empiria suficiente para justificar que el discurso con el que se han elaborado los “Pontos de Cultura” se haya traducido de forma afortunada en plano de las acciones. En este sentido Leonardo Brant se muestra bastante crítico, pues en su opinión la gran fortaleza del Programa Cultura Viva es su propuesta conceptual innovadora, que sin embargo se encuentra “cada vez más empobrecida por una gestión pública de bajísima calidad, que compromete cada ítem de su propuesta conceptual, generando, en ocasiones, los efectos contrarios a los que se pretendían”. Cuando le preguntamos sobre la manera en que los Puntos de Cultura contribuían a fortalecer los contextos culturales ya existentes, nos respondió que efectivamente, en algunos casos el programa ha

significado “el reconocimiento, la autoestima y la valorización que el Punto precisaba para seguir al frente de sus actividades sin dependencia del Estado”, pero en otras ocasiones, “generó un tipo de dependencia de la producción en relación al Gobierno muy difícil de deshacer”. Nos explicaba que el de los “Pontos de Cultura”, en teoría, es un programa que abre nuevas posibilidades de sustentabilidad para las actividades culturales al margen del mercado tradicional. Sin embargo el programa no ha terminado de despegar y “se ha quedado estancado en una relación mal resuelta entre el Estado y el productor cultural, reforzando vicios de un Estado populista y autoritario, que quiere producir cultura y encabestrar a los artistas y agentes culturales por la fuerza del subsidio público”. Por todos estos motivos Brant considera que se trata de un modelo exportable como discurso y como propuesta conceptual, pero no como metodología y modelo de gestión.

No todo el mundo comparte la opinión de Brant. Un ejemplo de ello lo constituye Luiz Algarre, miembro fundador de Papagallis⁶³, quien compartió con nosotros su percepción sobre los “Pontos de Cultura” y nos explicó por qué los considera una excelente iniciativa. Según él las diferentes matrices culturales de Brasil encierran muchas historias personales, formas de saber y de pensar que al mercantilizarse y distribuirse a través de la industria cultural pierden su sentido y se transforman en objetos homogéneos y sin apenas valor. A su vez el progresivo proceso de despoblamiento de las comunidades rurales y el crecimiento de las ciudades hace que se pierdan muchos de estos saberes comunitarios. Algarre considera que es muy complicado poner en valor estas formas culturales sin caer en posturas paternalistas de preservación o “folklorización”, puesto que ambas tienden a pensar que la cultura se ha de salvaguardar intacta, sin entender que se trata de un elemento orgánico, híbrido y en constante transformación. Por esta razón defiende el proyecto de los “Pontos de Cultura” y afirma que es un proyecto que “estimula la cultura de cada localidad y a su vez está generando una red entre estas localidades. Además, el MinC también dota a los puntos de infraestructuras para registrar en audio y vídeo lo que hacen y poder compartir las experiencias culturales a través de la red, los “Pontos” son también una puerta de acceso a las millas digitales a través de conexiones a Internet y software libre”. Su opinión con respecto a cómo este proyecto interactúa con la economía es muy próxima al enfoque del MinC. Luiz nos decía que “los ‘Pontos de Cultura’ buscan autosostenibilidad, generar microeconomías a través de sus

⁶³ Papagallis –<http://papagallis.com.br/>– es una empresa que se dedica a promover procesos de comunicación en comunidades, empresas o colectivos con el fin de producir conocimiento y valorar los saberes locales.

producciones culturales. Esto también podría ser un mercado, pero se trata de nuevas formas de mercado alternativas a las de las industrias culturales”.

Otra persona a la que pudimos entrevistar es Andre Stangel, coordinador de una ONG llamada Electrocooperativa⁶⁴, con dos sedes –una en el barrio de Pelourinho, en Salvador y otra en Vila Madalena, en São Paulo– ambas reconocidos “Pontos de Cultura”. Esta ONG se dedica a ayudar a producir y distribuir la música realizada por grupos compuestos por jóvenes con pocos recursos económicos o procedentes de zonas desfavorecidas. La cooperativa tiene como objetivo incentivar formas de producción y distribución de música que puedan ser sostenibles, generando así micro-economías que benefician directamente a los productores de música, Andre nos comentaba que “estos sistemas de producción y autoedición están abriendo vías alternativas a los mercados tradicionales, especialmente en la música. Nosotros ya no pensamos en vender un producto sino que colgamos toda la música en Internet para que se pueda descargar de forma gratuita, y luego hacemos conciertos. Entendemos el valor de la música de una forma mucho más amplia como una experiencia vital y como un servicio social para las personas”. Sin embargo, Andre nos comentó que si bien es verdad que los “Pontos de Cultura” habían sido una gran idea y que ayudaban a visibilizar muchas experiencias que hasta el momento permanecían invisibles. En sus propias palabras “los ‘Pontos de Cultura’ se relacionan muy poco entre sí, a todo el mundo le gustaría que pasara más pero de momento no está pasando, la articulación en estos momentos no es perfecta”. Esto no quita que muchos de los chicos y chicas que han pasado por Electrocooperativa hayan podido producir y editar sus propios discos y que los distribuyan a través de Internet y otros canales alternativos, cosa que facilita que estén grabados con licencias libres tipo Creative Commons. Andre considera que proyectos como el suyo pueden ayudar a repensar el valor de la cultura, cosa que considera necesaria cuando el valor económico se ha vuelto la forma de valorización hegemónica. Si bien veíamos que considera que la música ha de ser entendida como una experiencia y no tan sólo como un producto, también argumenta que es necesario buscar nuevas formas de valorarla: “Para valorar la música no podemos pensar solamente en cuánto vale un CD, sino que hay que reflexionar sobre cómo sería el día a día sin música; eso nos ayudaría a entender el verdadero valor de la música”. Su experiencia en proyectos de este tipo le ha demostrado cómo los mercados tienden a aislar el consumo musical, lo cual puede ser perjudicial para la música brasileña puesto que “músicas como el camdomblé o la

⁶⁴ <http://eletrocooperativa.art.br/blog/>

samba tienen un papel social muy claro, tienen un valor musical pero también un valor social, el músico es un dinamizador social y clave para las comunidades”. La desaparición de esta vertiente social de la música podría resultar sumamente perjudicial para la estabilidad de las comunidades y para su desarrollo, y según el “la cultura ha de ser un elemento de desarrollo antes que un factor de crecimiento, eso es fundamental” y la música puede contribuir a que esto sea así.

Nuevos canales de distribución

El programa Cultura Viva está considerando la posibilidad de expandir la red de “Pontos de Cultura” para incluir iniciativas que, pese a no estar geográficamente inscritas en el territorio brasileño, siguen siendo elementos importantes para el desarrollo de la cultura de este país. Estos nuevos puntos “estarán conectados con los puntos ya existentes en Brasil, formando una red internacional de producción compartida y de intercambio de productos simbólicos, fortaleciendo la relación sur-sur, horizontalizando la relación sur-norte y colaborando en la construcción de una corriente solidaria y contra-hegemónica” (2004:22). Con este gesto se ponen en crisis los circuitos tradicionales de distribución de la cultura, en los que grandes corporaciones con sedes en el hemisferio norte exportan e inundan mercados con productos culturales pero que son muy poco receptivos a formas culturales generadas en el sur y que no entran en los cánones exóticos que justifican su importación. Las políticas en torno a la producción de cultura que infunden los “Pontos de Cultura” ponen no sólo sobre la palestra la necesidad de pensar en las relaciones centro-periferia de las ciudades, sino que interpelan directamente a los mercados consagrados de distribución y consumo de la cultura.

En ningún momento este programa esconde o pretende obviar la dimensión económica de la cultura, pero a diferencia de los programas de desarrollo basados en la industria creativo-cultural que hemos analizado anteriormente, los “Pontos de Cultura” no naturalizan la idea de que el crecimiento económico produce desarrollo cultural, sino que invierten la fórmula y postulan que el desarrollo cultural y la educación de las sociedades contribuirá a su crecimiento económico. Al poner el énfasis en el desarrollo de las comunidades y no en el crecimiento económico, las formas de producción cultural que se priman a través del programa no se corresponden con los modelos promovidos por la industria creativa, y legitimados por la UNESCO, el FMI, etc. De esta manera se comprende que, como hemos visto con Electrocooperativa, se promueva la edición y difusión de música licenciada en Creative

Commons y distribuida de forma gratuita por la web y no un modelo basado en la explotación de la propiedad intelectual de las canciones. Es más importante que los participantes de este proyecto puedan dar rienda suelta a su creatividad y se dediquen a una actividad cultural, que buscar a través de la misma producir el lucro inmediato. Es más importante consolidar comunidades de productores y receptores de música que segmentar a la población entre productores, empresas de explotación y consumidores. A lo largo de la segunda parte de esta investigación veremos ejemplos concretos de iniciativas que surgen al calor de esta forma de concebir el papel y el potencial de la cultura y que pese a dedicarse a la distribución de productos culturales o material audiovisual, prefieren fomentar la diversidad cultural a ofrecer productos de consumo masivo que les garanticen el lucro. Iniciativas como Voces Contra el Silencio en México, HAMACA en España o Divercult en Brasil trabajan en esta línea.

Otras economías de la cultura

Si como veíamos con el turismo cultural, el Estado ha de cerrar, acotar y privatizar el espacio, el patrimonio o la cultura para que éstos puedan ser explotados, este modelo contribuye a que todas estas pequeñas plataformas puedan construir un dominio público rico y accesible. La articulación en red de los puntos permite a su vez que las músicas, diseños, actividades o ideas generados en cada uno de los puntos pueda llegar a rincones muy alejados y a personas muy diferentes en un país marcado por su gran extensión y diseminación demográfica, ya que este modelo integra la distribución como parte indispensable de la producción. Al desplazarse la producción de riqueza de ser el objetivo primordial a constituir una consecuencia de la actividad cultural, emergen toda una nueva serie de valores y formas de entender la producción cultural muy alejados del modelo estandarizante que presentaban las industrias creativas. El caso del tecno-brega que comentábamos anteriormente es un gran ejemplo de esto: grupos de productores musicales que regalan su música a su comunidad, o la distribuyen a través de canales informales, consiguen tener un impacto tan o más importante en la vida cultural de ciertas regiones de Brasil que otros grupos promovidos por multinacionales. En el primer caso, los beneficios que se generan – normalmente a través de los conciertos– se quedan en manos de los propios músicos y de su entorno, mientras en el segundo, gran parte del dinero generado por la venta de discos se quedará en las empresas distribuidoras –normalmente regentadas por consorcios internacionales–. Podemos encontrar ejemplos parecidos en muchos

puntos del mundo. En México por ejemplo los “sonideros”⁶⁵, pese a enfrentarse a un gran número de trabas por parte de la Administración, que hace todo lo posible por prohibir estos procesos de autoorganización, son capaces de articular grandes eventos públicos que tienen un impacto enorme en la sociedad pero que de forma paralela generan circuitos de distribución de productos culturales extremadamente eficientes. Los sonideros importan músicas y estilos culturales de otros puntos de Latinoamérica para posteriormente adaptarlos a ritmos mexicanos facilitando la introducción de productos culturales que son desdeñados por los canales de distribución comerciales. Los tianguis –mercadillos informales organizados por los propios comerciantes– son a su vez capaces de responder a la demanda de este tipo de productos culturales, adaptándose de forma rápida a las nuevas demandas y complementando la oferta de los comercios formales. Todas estas manifestaciones logran articular una verdadera cadena de valor de la cultura y demuestran que es posible hacer frente a los antimercados (ver Braudel, 2007), pese a que lamentablemente los diferentes Gobiernos recelan considerablemente de las estructuras de producción y distribución de la cultura que no pasan por los canales oficiales. Estas estructuras contribuirán a generar un ecosistema más rico de producción cultural, dando lugar a cadenas de valor alternativas y facilitando el acceso a la cultura a sectores de la población que no se sienten interpelados ni tienen los recursos económicos suficientes como para poder “disfrutar” de la cultura que ofrecen los mercados convencionales.

Un nuevo papel para el Estado

Con todo esto vemos que al redefinir los fines que pretenden alcanzar las políticas económico-culturales se abre la posibilidad de que emerjan nuevas formas de entender la economía de la cultura y su potencial como elemento de desarrollo. Estimular contextos culturales facilitando su emersión puede ser una potente herramienta tanto cultural como económica, si pensamos esta última categoría como algo más que la producción de riqueza y comenzamos a pensar en la economía como un proceso más complejo. Entender todas las esferas de valor que acontecen y discurren en paralelo en la esfera cultural implica pensar en modelos de producción

⁶⁵El fenómeno sonidero es una expresión de creatividad popular que acontece en México. Los sonideros organizan fiestas populares en las que ponen la música que han remezclado ellos mismos y que han adaptado a ritmos mexicanos. Durante nuestra estancia en Mexico DF nos entrevistamos con los directores del Proyecto Sonidero, una plataforma que investiga y realiza exposiciones, registros multimedia, eventos y publicaciones sobre este fenómeno. Para más información visitar: <http://ypsite.net/calavera.carabela/?p=216>

cultural mucho más abiertos que los que preconizan las industrias culturales. Pensar en la economía de la cultura como los beneficios obtenidos por la explotación de los derechos de autor conduce a una concepción miope tanto de la cultura como de la economía. Es importante pensar en la estimulación del tejido cultural ya existente como una prioridad de las políticas culturales de la misma forma que hay que situar la sostenibilidad –económica, energética, social– como objetivo de las políticas económicas. Sólo a partir de esta doble articulación vamos a poder ver cómo surgen nuevos paradigmas económico-culturales en los que no predomina una sola escala de valor y en los que se puede desarrollar todo el potencial cultural de un contexto determinado. Igualmente es importante superar la noción de beneficios y pensar en el impacto positivo que puede tener la cultura más allá de los bolsillos de riqueza económica que pueda crear. Un reciente estudio financiado por el Gobierno holandés⁶⁶ y realizado por la consultora TNO⁶⁷ advertía de que son mayores los beneficios socioculturales que tiene la distribución de artefactos culturales a través de redes p2p que las pérdidas que este tipo de prácticas provocan en las empresas discográficas. Se trata de un claro ejemplo de la necesidad de repensar ciertas convenciones en torno a la industria creativo-cultural tradicional y de su potencial como elemento de desarrollo.

Con todo lo expuesto y con la intención de concluir llegamos a un punto en el que la noción tradicional de desarrollo –como consecuencia inmediata del crecimiento económico– entra en crisis. En su lugar proponemos políticas culturales que favorezcan el desarrollo de los tejidos y tramas culturales ya existentes, teniendo un visión más ecosistémica de las relaciones posibles y establecidas entre las esferas de la cultura y la economía. Sólo en este nuevo marco de escalas de valor y con una concepción intensiva de la cultura podremos entender la creación de nuevas economías de la cultura.

⁶⁶ <http://www.publico.es/ciencias/193103/descargas/p/p/generan/riqueza>

⁶⁷ http://www.tno.nl/content.cfm?context=markten&content=publicatie&laag1=182&laag2=1&item_id=473&Taal=1

Conclusiones

Durante el Foro Social Mundial que tuvo lugar en la ciudad brasileña de Belem en enero de 2009 el presidente de Brasil, Lula da Silva, defendió una salida a la crisis financiera mundial “que no pase sólo por nuevos caminos económicos y financieros, sino también por la construcción de un nuevo modelo productivo y de consumo ambientalmente sustentable”⁶⁸. Pese a que se espera que las industrias creativas sean un motor de crecimiento económico y un vehículo de cohesión social y sirvan para desarrollar el pensamiento crítico o favorecer el desarrollo de una ciudad o región, pocas son las voces que exigen que este sector siga un modelo sostenible tanto económica como medioambiental o energéticamente. Como hemos visto a lo largo de la primera parte de este trabajo hay quien defiende que las industrias creativas son la “gallina de los huevos de oro”, aludiendo a la facilidad con la que este sector genera beneficios económicos y empleo. Aun así hemos observado que no se cuestiona la calidad del empleo generado –normalmente discontinuo, precario y eventual–, y no se ha indagado verdaderamente sobre la dirección que toma la riqueza que este sector genera.

A lo largo de las páginas que preceden hemos visto cómo el discurso neoliberal ha generado un “régimen de verdad” en el que se naturalizan una serie de asunciones, entre ellas que el crecimiento económico viene siempre acompañado de mejoras sociales, eliminación de las desigualdades y progreso cultural. Hemos sostenido que esto no tiene por qué ser así, y que las políticas que han sometido los fines socioculturales a los económicos no reportan los resultados esperados. La industria creativo-cultural encarna la quintaesencia del modelo de trabajo desregularizado y en extremo flexibilizado que preconiza la *doxa* neoliberal. Esto ha llevado a que viejos fantasmas laborales –discriminación por género, raza, desprotección sanitaria, etc.– vuelvan a emerger en este sector, lo que nos lleva a preguntarnos sobre la conveniencia de un modelo así para contribuir a desarrollar sociedades con altas tasas de violencia y grandes desigualdades, como ocurre en gran parte de los países en vías de desarrollo.

Ciertas élites creativas tienen acceso a puestos de trabajo debido a redes y estructuras informales en las que ponen su capital simbólico y cultural a funcionar.

68

http://www.elpais.com/articulo/internacional/Foro/Social/Mundial/multiplica/marchas/protesta/elpepuint/20090130elpepuint_5/Tes

Personas pertenecientes a minorías étnicas o a grupos tradicionalmente excluidos encuentran unas barreras de entrada al sector completamente infranqueables. Por su parte las mujeres comprueban de nuevo que sus compañeros de sexo masculino ganan más que ellas, adquieren más visibilidad y ocupan puestos de poder, reproduciendo modelos indeseables de estructuras de poder. Esta cara B de la industria creativo-cultural es la que no aparece en las lustrosas cifras que acreditan su idoneidad como paradigma económico a seguir y tampoco se refleja en ellas la distribución desigual de los beneficios que este sector genera. Los grandes grupos de comunicación o sectores como el audiovisual que viven de la explotación de derechos de autor normalmente tienen sus sedes centrales en ciudades del hemisferio norte plenamente “desarrolladas”. La riqueza que genera este sector no es distributiva sino que se reparte de forma piramidal: unos pocos en la cima reciben lo que generan muchos en la base. De esta forma algunos grandes grupos internacionales han visto en países con economías emergentes un nuevo “El Dorado”, imponiendo modelos de producción y de explotación de la creatividad poco acordes con la realidad y las necesidades del país explotado.

La visión economicista de la cultura que comenzó a imperar a mediados de la década de los 90 ha favorecido que ésta se midiera con una escala de valores muy limitada, en la que la cultura pasa a tener sólo un valor económico. Numerosas personas y organismos han criticado esta idea implícita en los discursos que defienden las industrias creativas. Es necesario ser conscientes de la pluralidad de valores que pueden emerger de la cultura y pensar en modelos de producción capaces de potenciar este hecho. Pensar que el potencial económico que tienen las industrias creativo-culturales reside en su capacidad de explotar derechos de autor responde a una visión muy limitada de riqueza. Para que este modelo tenga sentido es necesario no sólo exportar el paradigma de la industria creativa, sino también los regímenes de propiedad intelectual que la enmarcan y un aparato legislativo que la dote de sentido.

Son muchas las voces que cuestionan la noción de desarrollo que han intentado imponer ciertos países “desarrollados”. Nos hemos hecho eco de este debate para con ello poner en crisis la idea de desarrollo como fruto del crecimiento económico que suscriben los partidarios de la industria creativo-cultural. En su lugar, proponíamos una visión que se mostrara más sensible a los contextos culturales, que fuera capaz de entender todas las escalas de valor que de éstos emanan y que defendiera la emersión de las formas de cultura que ya existen en oposición a la importación masiva de signos e identidades gestados por las industrias creativas internacionales. Esta

visión ha de asimilar la complejidad de los ecosistemas culturales y de sus puntos de economización, asumiendo que el valor de la cultura va mucho más allá de la realidad que puedan traducir una serie de indicadores cuantitativos y cualitativos. Es ese valor añadido el que nos va a dar las pistas necesarias para entender el concepto de riqueza cultural; por ello es necesario ser conscientes de que la riqueza económica no ha de supeditarse a otras formas de riqueza que aporta la cultura. La industria creativo-cultural, pese a operar con elementos inmateriales y funcionar en muchas ocasiones en el plano de lo simbólico, ha seguido un *modus operandi* muy similar al de los viejos sectores fordistas: es una gran consumidora de recursos y esquilma los yacimientos de saberes, tradiciones y diferencias como antes lo hacía con otros recursos la industria pesada.

Con este trabajo planteamos que gracias a la puesta en entredicho de este modelo, con la introducción de preocupaciones sociales, medioambientales y ecológicas, pero por encima de todo culturales, pueden emerger nuevas formas de economía de la cultura. Modelos de distribución abiertos que tengan como objeto difundir conocimientos y saberes generados por la cultura, el establecimiento de redes sociales basadas en la confianza mutua entre todos los agentes o el uso de formas abiertas de propiedad intelectual pueden conducir a la concepción de nuevas empresas culturales. Es necesario repensar ciertos canales de distribución –que suelen responder a una lógica muy clara: se distribuyen productos culturales en el sur y se disfruta de los beneficios que esto genera en el norte–, al igual que es necesario cuestionar ciertos modelos de negocio. Canales de distribución que premien la diversidad o faciliten el acceso a formas de cultura minoritarias se hacen necesarios para contrarrestar los discursos impuestos por los canales de distribución hegemónicos. Por todo esto, pensamos que las nuevas economías de la cultura no nacerán como respuesta a una crisis que en estos momentos afecta a los mercados globales como si de formas de innovación que abren nuevos nichos de mercado se tratara, sino que estas nuevas economías nacerán fruto de una reorganización total de los modelos productivos y una reflexión en profundidad de cuáles son los objetivos que se pretende lograr. Sólo en este contexto podemos confiar en que nazcan las “empresas del procomún”, es decir, proyectos empresariales dentro del ámbito de la cultura cuyo objeto principal no sea generar riqueza económica sino producir conocimiento, reforzar vínculos sociales y contribuir a la construcción de un acervo cultural abierto y accesible a toda la sociedad. Ahondaremos en esta noción a lo largo de la segunda parte de este trabajo.

Creemos que el estímulo de los contextos creativos puede ser una forma de generar riqueza; lo que no creemos es que la riqueza genere de forma automática contextos creativos. Si pensamos que la cultura puede ser un magnífico productor de conocimientos y externalidades, es necesario pensar en diseñar canales para que éstos vuelvan al ámbito de la cultura que los produjo y no sean capturados por entidades o agentes ajenos a esta esfera. Es necesario fomentar la emersión de los contextos culturales ya existentes y dejar de importar modas y tendencias que poco tienen que ver con los diferentes entornos en los que se produce cultura. En un trabajo anterior (YProductions, 2009) introdujimos el concepto de “innovación emergente” como paradigma a potenciar, ahora constatamos que es necesario diseñar políticas culturales que lo favorezcan si queremos propiciar una transformación profunda en la economía de la cultura. Los “Pontos de Cultura” suponen una aproximación a esta forma de concebir la cultura, pero este tipo de programas necesitan poder pasar de la teoría a la práctica para poder ser efectivos. Producir cultura de una forma sostenible implica no tan sólo ser conscientes de los recursos que se utilizan para producirla, sino replantearse los mecanismos de difusión y acceso a la cultura. La sostenibilidad implica en sí misma una forma de desarrollo a la que hasta ahora la industria creativa había prestado escasa atención. Este momento de debilidad del pensamiento neoliberal es el mejor para replantear las reglas del juego; es hora de pensar en las nuevas economías de la cultura que esta coyuntura puede suscitar.

Una vez descrito este panorama y ubicados algunos de los posibles lugares de los que pueden surgir estas nuevas economías de la cultura queremos ver las formas de organización social que propiciarán su emergencia. Por ello, la segunda parte de la investigación girará en torno tanto a las iniciativas empresariales como a las estructuras sociales que contribuirán a propiciar la aparición de estas nuevas formas de economía de la cultura. Consideramos que es necesario fijar nuestra atención en los modelos organizativos, formas jurídicas y estructuras de trabajo que van a asumir estos proyectos. Para ellos analizaremos modelos de producción, distribución y difusión de la cultura que contribuyen a repensar la economía de la cultura y ofrecen una alternativa al modelo establecido por las industrias creativas. Veremos modelos de producción colectivos, nuevas formas de gestionar derechos de propiedad intelectual, centros de producción y reflexión autogestionados. Además, plantearemos una crítica a un modelo cerrado de emprendizaje en cultura y comprobaremos cómo es posible diseñar estructuras empresariales que equilibran la obtención de beneficios con una voluntad de contribuir al procomún. Si la primera parte de este trabajo ha estado

centrada en comprender cómo el pensamiento neoliberal y el paradigma de las industrias creativas han afectado al Estado, la segunda mostrará cómo responde la sociedad civil a estos cambios.

YProductions 2009

Bibliografía consultada

- AAVC (2007) "La Dimensión Económica de las Artes Visuales en España"
http://www.aavc.net/aavc_net/html/documents/deave/deave-all.pdf
- Adorno y Horkheimer [(1944)2007] *Dialéctica de la ilustración*. Obra completa, 3.Ediciones Akal, Madrid.
- Adorno, T (2001) *The Culture Industry*, Routledge, London.
- Apffel-Marglin, F (1998) *The Spirit of Regeneration: Andean Culture Confronting Western Notions of Development*. Zed Books.
- Banks y Milestone (2009) 'Individualization, Gender and Cultural Work'. (Sin publicar)
- Baumol y Bowen (1966) *Performing Arts: The economic Dilemma*. New York: Twentieth Century Fundation
- Bennett, T (1998) *Culture: A Reformer's Science*. Sage, London.
- Boltanski y Chiapello (2002) *El Nuevo Espíritu del Capitalismo*. Akal, Madrid.
- Braudel, F (2007) *La dinámica del capitalismo*. Fondo de Cultura Económica, México, DF.
- Creative Nation: Commonwealth Cultural Policy'
<http://www.nla.gov.au/creative.nation/contents.html>
- Davies, A. (2007) 'Instinto Básico: Trauma y Re-atrincheramiento 2000-2004' en YProductions Eds. *Producta50: Una Introducción a Algunas de las Relaciones entre la Cultura y la Economía*. Barcelona, Departament de Cultura y Mitjans de Comunicació
- DEMOS (2004) "The value of culture cannot be expressed Orly with statistics. Audience numbers give us a poor picture of how culture enrich us"
- Dos Santos-Duisenber, E (2008) 'La economía creativa ¿Es una opción de desarrollo viable?'. En Fonseca Reis Ed. (2008) *Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*. Itaú Cultural, Sao Paulo.
- Eagleton, T (2006) *La estética como ideología*. Editorial Trotta, Madrid.
- Eling, K (1991) *The Politics of Cultural Policy in France*. Palgrave Macmillan
- Florida, R (2002) *The Rise of the Creative Class*. Basic Books, New York.
- Fonseca Reis, A (2008) *Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*. Itaú Cultural, Sao Paulo.
- Foucault, M (2008) *The Birth of Biopolitics*. Palgrave Macmillan, London.
- Freeman, A (2007) 'London's Creative Sector:2007 Update'. Greater London Authority, London.
- Fumaroli (2007) *El Estado Cultural*. Editorial Acantilado, Madrid

- Garcia Olivieri, C (2004) *Cultura Neoliberal*. Instituto Pensarte. São Paulo.
- Gill, R (2007) *Technobohemians or the new Cybertariat*. Institute for Networked Cultures, Amsterdam.
- Gill, R (2002) 'Cool, Creative and Egalitarian? Exploring gender in project-based new media work in Europe' *Information, Communication & Society* 5:1 2002 70–89
- Graeber, D. (2001). *Toward an Anthropological Theory of Value: the false coin of our own dreams*. Palgrave: New York
- Grillo Fernandez, R (1998) *.Discourses of development: anthropological perspectives*. Berg, Oxford.
- Guatari, F (1990) *Las Tres Ecologías*. Pre-textos, Valencia.
- Habermas, J (1962) *Historia y crítica de la opinión pública*. Gustavo Gili, Barcelona
- Harvey, D (2007) *Breve historia del neoliberalismo*. Akal, Madrid.
- Harvey, D (2005) *Capital financiero, propiedad inmobiliaria y cultura*. Macba, Barcelona.
- Harvey, D (1989) *The Urban experience*. Oxford, Blackwell
- Hayek, F.A (2006) *Camino de Servidumbre*. Alianza Editorial, Madrid.
- Hesmondhalg, D (2007) *The Cultural Industries*. SAGE , London.
- Ivey, B (2008) *Arts, Inc.: How Greed and Neglect Have Destroyed Our Cultural Rights*. University of California Press, California.
- Jowell, T (2004) British Culture Secretary, United Kingdom, May 2004 "Government and the Value of Culture" <http://www.ifacca.org/publications/2004/05/31/government-and-the-value-of-culture/>
- KEA (2006) "The economy of culture in europe"
<http://www.keanet.eu/Ecoculture/Study%20new.pdf>
- Kelly, Mulgan & Muers (2002) *Creating Public Value*.
www.bbcgovernors.co.uk/annreport/report05/BBC_54-57.pdf
- Knippers Black, J (1999) *Development in theory and practice: paradigms and paradoxes*. Boulder, Colorado.
- Kuznets, S (1973) *Crecimiento económico moderno*, Madrid, Aguilar.
- Landry, C (2000) *The Creative City*. Earthscan, London.
- Leadbeater & Oakley, (1999). *The Independents, Britain's new cultural entrepreneur*. Demos, London.
- Leadbeater, C (2000) *Living on Thin Air*. Penguin Books, Londres.
- Lemos y Castro (2008) *Tecnobrega: o Pará Reinventando o Negócio da Música*. Aeroplano Editora, Rio de Janeiro.

- Lewis y Miller Eds.(2003) *Critical Cultural Policy Studies: A Reader*. Blackwell, London.
- Marazzi, C (2003) *El sitio de los calcetines. El giro lingüístico de la economía y sus efectos sobre la política*. Akal, Madrid.
- McGuigan, J (2004) *Rethinking Cultural Policy*. Open University Press, Milton Keynes.
- McRobbie, A (2007) 'La 'losangelización' de Londres: tres breves olas de microeconomía juvenil de la cultura y la creatividad en Gran Bretaña' en
- McRobbie, A (2003) 'Everyone is Creative. Artists as Pioneers of the New Economy?' http://www.k3000.ch/becreative/texts/text_5.html
- McRobbie, A. (2002) 'From Holloway to Hollywood: happiness at work in the new cultural economy' en Du Gay & Pryke eds. (2002). *Cultural Economy*. London: Sage. <http://transform.eipcp.net/transversal/0207/mcrobbie/es>
- Mercer, C (2002) *Towards cultural citizenship: tools for cultural policy and development*. Bank of Sweden Foundation, Sweden.
- Miller y Yúdice (2004) *Política Cultural*. Gedisa Editorial, Barcelona.
- MinC (2004) *Cultura Viva. Programa Nacional de Arte Educação, Cidadania e Economia Solidaria*. 3ª Edição
- Ministerio de Cultura (2006) "El valor económico de la cultura" <http://www.mcu.es/estadisticas/MC/VecE/Presentacion.html>
- Peck J (2008) 'Remaking laissez-faire'. *Progress in Human Geography* 32(1) 3-43
- Oakley & Knell (2007) 'London's Creative Economy: An Accidental Success?' The Work Foundation, London.
- Oakley,K (2006) '*Include Us Out—Economic. Development and Social Policy in the Creative Industries*'. <http://www.lse.ac.uk/collections/geographyAndEnvironment/whosWho/profiles/a.c.pratt/preclab/Kate%20Oakley.pdf>
- Oakley, K (2004) 'Not so Cool Britannia, The Role of Creative Industries in Economic Development,' *International Journal of Cultural Studies*, Special Issue.
- Ptqk, M (2009) 'Be creative under-class! Mitos, paradojas y estrategias de la economía del talento' en http://www.ypsite.net/recursos/biblioteca/documentos/be_creative_underclass_maria_ptqk.pdf
- Rifkin, J (2002) *La era del acceso: la revolución de la nueva economía*. Paidós, Barcelona.
- Ross, A (2008)'Nice Work if You Can Get it' en Lovink & Rossiter Eds. (2008) *My Creativity Reader*, Institute for Networked Cultures, Amsterdam.
- Rowan, J (2009). 'Emprendizajes en Cultura'. (Sin Publicar)

Ruido y Rowan (2007) 'In the mood for work' en YProductions Eds. (2007) *Producta50: Una introducción a algunas de las relaciones que se dan entre la cultura y la economía*. CASM, Barcelona.

Sader, E. (1999) "Brasil: una historia de pactos entre elites". En: *Tiempos violentos; Neoliberalismo, globalización y desigualdad en América Latina*. Comp. Boron, Atilio A.; Gambina, Julio; Minsburg, Naum. Colección CLACSO - EUDEBA, CLACSO, Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales, Ciudad de Buenos Aires, Argentina. Abril 1999. Disponible en: <http://168.96.200.17/ar/libros/tiempos/sader.rtf>

Sen, A (2001) *Development as Freedom*. Oxford University Press, Oxford.

SIDA, (2006) "Towards cultural citizenship: Tools for cultural policy and development"

Souza, M (2000). "Fascínio ou repulsa" in *Cadernos do Nosso Tempo Nova Série*. Rio de Janeiro, 2000, 1ª edición. Edições Fundo Nacional de Cultura MinC

Stiglitz, J (2003) *Globalization and its Discontents*. Penguin Press, London.

Teixeira Coelho, J (1997) *Dicionário Crítico de Política Cultural*. FAPESP/ São Paulo.

Throsby, D (2001) *Economía y Cultura*. Cambridge University Press.

Towse, R (2003) *Manual de economía de la cultura*. Datautor, Madrid.

VVAA (2008) *Producción cultural y prácticas instituyente. Líneas de ruptura en la crítica institucional*. Traficantes de sueños. Disponible en www.traficantes.net

VV.AA (2004) *Capitalismo cognitivo. Propiedad intelectual y creación colectiva*. Traficantes de sueños. Madrid. Disponible en www.traficantes.net

Wallinger y Warnock, eds (2000) *Art for All?: Their Policies and Our Culture*, Peer, London.

World Bank (1999) 'Culture Counts: Financing, Resources and the Economics of Culture in Sustainable Development' Disponible online en <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001223/122395mb.pdf>

Yudhishtir Raj Isar (2008) 'Vision Global: de las inquietudes globales a una agenda de investigaciones', en Fonseca Reis Ed. (2008) *Economía creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo*. Itaú Cultural, Sao Paulo.

YProductions (2009) *Innovación en cultura: una aproximación crítica a la genealogía y usos del concepto*. Traficantes de Sueños, Madrid.

YProductions (2008) 'Innovación y creatividad social: sobre los beneficios económicos de la creatividad de masas (un nuevo marco de explotación)' en http://www.ypsite.net/recursos/biblioteca/documentos/innovacionSocial_YP.pdf

Yúdice, G (2008) 'La Transformación y Diversificación de la Industria de la Música' en Bustamante Ed. *La Cooperación Cultural Latinoamérica*, AECID, Madrid.

Yúdice, G (2002) *El recurso de la cultura: usos de la cultura en la era global*. Gedisa Editorial. Barcelona.

Personas Entrevistadas

- Luiz Algarra (Papagallis)
- Roberta Altino Machado (Gestora y dinamizadora Cultural)
- Leonardo Brant (Brant Asociados)
- Joao Brant (Intervoces)
- Aurílio Sérgio C. Caiado (Fundap)
- Andre Ciasca (Take a coffee)
- Fabio da sa Cesnik (Cesnik abogados)
- Lala Deheinzelin (Entusiasmo Cultural)
- Mariana Delgado (Proyecto sondiero)
- Ricardo Fernandes Gomes (Kratonton)
- Ana Carla Fonseca Reis (Garimpo de Soluções)
- Zilda Gaillano (Productora Cultural)
- Maria Alice Gouvella (Investigadora)
- Adolfo Menezes Melito (Instituto da economia criativa)
- Celso Sakaguchi (Ecosorb)
- Gilson Schwartz (USP)
- Cicero Silva (Investigador new media)
- Louise Sottomaio (Productora Cultural)
- Andre Stangel (Electrocoperativa)
- Yael Steiner (Centro Cultura Judaica, Sao Paulo)



Generalitat de Catalunya
**Departament de Cultura
i Mitjans de Comunicació**

Investigación realizada gracias a una de las ayudas a la investigación otorgadas por la Entitat Autònoma de Difusió Cultural de la Generalitat de Catalunya.