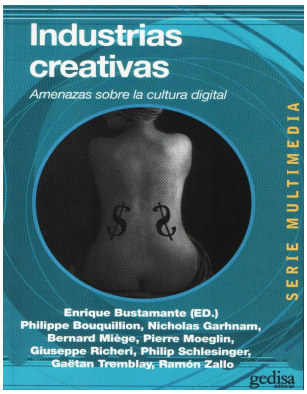
Una aproximación crítica a las industrias y economía creativas en la era digital

POR **MARÍA TRINIDAD GARCÍA LEIVA**



Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital
Enrique Bustamante (Ed.)
Barcelona: Gedisa, 2011, 190 p.
ISBN: 978-84-9784-611-0

En el mundo anglosajón la palabra *reader* tiene múltiples acepciones (persona que lee o disfruta leyendo, evaluador de manuscritos, profesor que imparte una disciplina en particular, libro de texto diseñado para aprender…), así como raíces en el inglés antiguo (*r?dere* significaba intérprete de sueños). La tradición y práctica de seleccionar aportaciones significativas sobre un asunto de relevancia científica, incluso a modo de antología y con una introducción explicativa e interpretativa del tema en cuestión, con la intención de llegar a un lector -ya sea experto o en formación- parecería aunar ambas referencias en la producción de aquellos libros conocidos precisamente como *readers* en el ámbito académico. Tal es el caso de *Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital*, que se coloca en esta senda al ofrecer una selección de textos que son centrales para entender, fundamentalmente desde una óptica europea, el debate alrededor del concepto de industrias creativas.

Existe consenso sobre los orígenes del uso de la palabra ‘creatividad’, en asociación con aquellas actividades entendidas desde la tradición de los estudios sobre las industrias culturales, en la década de 1990. Sin embargo, las aguas están divididas respecto de su significado, alcance e implicaciones. Esta obra arroja luz sobre las múltiples declinaciones (economía, empresas, trabajadores, ciudades…), connotaciones (ideológicas, económicas…) y consecuencias (sobre la investigación, la formulación de políticas…) de la aplicación acrítica de la etiqueta de la creatividad. Pero va más allá, al presentar como resultado de lo anterior una

Fundación Telefónica
Telefónica

reflexión sobre la mercantilización e industrialización de la cultura que en nuestros días deviene digital.

A través de una introducción comprensiva y siete capítulos elaborados por investigadores de reconocido prestigio y trayectoria, se despliegan -desde experiencias y miradas nacionales diversas pero complementarias- no solo la evolución histórica y expansión internacional del mencionado debate, sino también los de modas paralelas, como la de las industrias del entretenimiento.

Así, en el primer capítulo, Nicholas Garnham deja claro que la expresión industrias creativas debe ser comprendida a partir de la referencia más amplia a la Sociedad de la Información (SI) y que es producto de un contexto político determinado. De ahí que para dar cuenta de las implicaciones que el desplazamiento terminológico de las industrias culturales a las creativas ha provocado en la política cultural británica, su análisis rastree en las diversas teorías y escuelas de pensamiento sobre la relación economía/cultura, las continuidades y rupturas que condujeron a tal mudanza. Garnham concluye que el cambio terminológico no es en absoluto inocente; sirve para disfrazar antiguos dilemas y contradicciones sobre la formulación e implementación de políticas públicas y reduce la existencia y justificación de estas a su potencial contribución al crecimiento y el empleo.

De la creación de las industrias creativas a la proclamación de la economía creativa

Gaëtan Tremblay, absolutamente en línea con lo anterior, se pregunta en el segundo capítulo qué implica para el análisis de las industrias culturales el nuevo paradigma fundado sobre la creatividad y cómo debe interpretarse en función de lo que él denomina ‘nueva versión de la ideología de la sociedad de la información’. Al responder, demuestra que el intento por definir y cuantificar las actividades en las que la creatividad juega un rol importante no solo acaba por desbordar el campo de las industrias culturales -tal y como se han definido críticamente y en clave socioeconómica-, sino que permite colocar a la creatividad como motor de la economía y pasar rápidamente de la creación de las industrias creativas a la proclamación de la economía creativa. Su riguroso análisis desmonta la fragilidad de esta construcción ideológica cuyo peligro potencial es difuminar la especificidad del concepto de industrias culturales y debilitar el argumento a favor de la intervención de los poderes públicos.

Lo interesante -en estricta relación con lo anterior y a partir de Philip Schlesinger- es reflexionar sobre el papel que al respecto han jugado científicos, intelectuales y ‘expertos’. El tercer capítulo del libro lo permite, al centrarse justamente en la relación intelectuales/políticas culturales a través del caso concreto de la producción del discurso oficial sobre la creatividad en el Reino Unido. El texto apuesta por construir una sociología política de los intelectuales que discuta las fronteras de la investigación académica y su relación con la esfera pública y emplaza a meditar sobre la creciente influencia y poder de *think tanks* y consultores en la producción intelectual nacional e internacional.

En el cuarto capítulo, Philippe Bouquillion, Bernard Miège y Pierre Mœglin explican que, si bien en Francia los tópicos de las industrias y la economía creativas no han conseguido la hegemonía del pensamiento académico, sí influencian seriamente políticas culturales,

BY NC ND

territoriales y educativas. Su trabajo demuestra que hasta el momento el anclaje se observa mayormente en las políticas educativas de ciertos establecimientos, en algunas Administraciones locales y en aquellos planes ministeriales que apoyan la formación de 'talentos creativos'; y explicita en qué sentido esto podría desarrollarse gracias al discurso de políticos y consultores. En esta contribución encontramos una interesantísima y necesaria alusión al discurso de la Unión Europea al cual también remite, en el capítulo siguiente, Enrique Bustamante.

De hecho, en el texto que lleva su firma, el editor del volumen rastrea la evolución y relación de conceptos tales como el de industrias del entretenimiento (y el ocio) e industrias de contenido (digital), además del de industrias creativas, a los que califica de aparentemente dispares pero curiosamente bien avenidos entre sí. A partir de ahí retrata la influencia de tales etiquetas en España y América Latina, con la intención última de desgranar no solo las consecuencias de su uso y abuso (sobre la cultura y la economía en general, sobre los derechos de autor, sobre las políticas culturales y de cooperación), sino también los desafíos que la teoría y la investigación sobre las industrias culturales tienen por delante.

Las dos últimas contribuciones presentan un análisis general de las relaciones entre cultura, creatividad, innovación y economía. Mientras Giuseppe Richeri advierte de los riesgos de pretender que el fomento de las llamadas industrias creativas repercuta mágicamente y en cascada sobre la mejora de la capacidad de innovar y competir de otros sectores de la economía, Ramón Zallo recuerda que si la cultura siempre es creación además de innovación, no siempre ni necesariamente, o en su totalidad, la innovación o la creación son cultura en sentido estricto. Así, al formular un concepto amplio pero específico de la cultura (y la comunicación) desde la economía, que se vincula críticamente con los de creatividad e innovación, Zallo concreta el análisis del séptimo capítulo en el ámbito de aplicación práctica de las políticas territoriales.

En síntesis, es posible afirmar que *Industrias creativas…* es ciertamente un *reader* que reivindica para la edición española la importancia de valorar y seleccionar -aun cuando ello suponga traducir- un conjunto de textos que contribuyen de modo sobresaliente a la comprensión e interpretación de, en esta ocasión, la cuestión de las industrias y economía creativas. Estudiosos y estudiantes de la economía de la cultura y la teoría de las industrias culturales en particular, así como quienes disfrutan leyendo, en general, encontrarán en esta obra una aproximación rigurosa al por qué la utilización acrítica y metodológicamente imprecisa de la noción de creatividad puede atentar contra la cara democrática de la cultura.

Fundación Telefónica
Telefónica