

# EKONOMIAZ

## Industrias culturales y creativas en la sociedad del conocimiento desigual

III · 2011







# EKONOMIAZ

N.º 78 - 3<sup>er</sup> CUATRIMESTRE - 2011

**EUSKO JAURLARITZA**



**GOBIERNO VASCO**

EKONOMIA ETA OGASUN  
SAILA

DEPARTAMENTO DE ECONOMÍA  
Y HACIENDA

**Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia**

Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco

Vitoria-Gasteiz, 2011

## ERREDAKZIO KONTSEILUA

Alberto Alberdi Larizgoitia (Zuzendaria)  
*Ekonomia eta Ogasun Saila. Eusko Jaurlaritza*

Javier Gúrpide Ibarrola (Zuzendariordea)  
*Ekonomia eta Ogasun Saila. Eusko Jaurlaritza*

Alexander Boto Bastegieta  
*lhobe*

Jon Barrutia Güenaga  
*UPV-EHU*

Sara de la Rica Goirizelaia  
*UPV-EHU*

Josune Sáenz Martínez  
*Deustuko Unibertsitatea*

Jesús Ferreiro Aparicio  
*UPV-EHU*

Mikel Navarro Arancegui  
*Deustuko Unibertsitatea*

## ADMINISTRAZIOA ETA ERREDAKZIOA

Ekonomia eta Ogasun Saila  
Donostia-San Sebastián, z/g.

01010 Vitoria-Gasteiz  
T.: 945/01 90 38. Administrazioa  
945/01 90 36. Erredakzioa

<http://www1.euskadi.net/ekonomiaz>

## URTEKO HARPIDETZA

Partikularrak: 18 s. Erakunde eta enpresak: 30 s.  
Ale bakarren prezioa: 12 s.

EKONOMIAZ aldizkarian parte hartu nahi dutenek Eusko Jaurlaritzako Ekonomia eta Ogasun Sailera igorri beharko dituzte beren idazlanak.

Erredakzio Kontseiluak beretzat gordetzen du jasotako artikulak argitaratzeko eskubidea, aurrez ebaluatzaile anonimo baten edo batzuen iritzia ezagutuko duelarik. Idazlana argitaratzeak ez du, berez, edukiarekiko adostasunik adierazi nahi. Artikuluaren erantzukizuna egilearena izango da eta ez beste inorena.

Artikuluak aurkezteko arauen laburpena honako web orri honetan dago: <http://www1.euskadi.net/ekonomiaz>

EKONOMIAZ aldizkariako artikulak indexatuak dira ondoko datutegietan: CSICeko ISOC eta American Economic Association elkarteko *Journal of Economic Literature*-k argitaratzen dituen JEL CD formatoan, e-JEL eta EconLit, LATINDEX, DIALNET alerta-sarean, DOAJ katalogoan eta RePec-en.

EKONOMIAZek, hau da, Euskal Autonomia Erkidegoko Administrazioak, EKONOMIAZ aldizkarian argitaratuko diren artikuluen jabetza eskubide guztiak dauzka, zeintzuk Creative Commons  lizentziaren arabera eratuko diren.

## CONSEJO DE REDACCIÓN

Alberto Alberdi Larizgoitia (Director)  
*Departamento de Economía y Hacienda. Gobierno Vasco*

Javier Gúrpide Ibarrola (Subdirector)  
*Departamento de Economía y Hacienda. Gobierno Vasco*

Alexander Boto Bastegieta  
*lhobe*

Jon Barrutia Güenaga  
*UPV-EHU*

Sara de la Rica Goirizelaia  
*UPV-EHU*

Josune Sáenz Martínez  
*Universidad de Deusto*

Jesús Ferreiro Aparicio  
*UPV-EHU*

Mikel Navarro Arancegui  
*Universidad de Deusto*

## REDACCIÓN Y ADMINISTRACIÓN

Departamento de Economía y Hacienda  
c/ Donostia-San Sebastián, s/n.

01010 Vitoria-Gasteiz  
T.: 945/01 90 38. Administración  
945/01 90 36. Redacción

<http://www1.euskadi.net/ekonomiaz>

## SUSCRIPCIÓN ANUAL

Particulares: 18 s. Instituciones y empresas: 30 s.  
Precio de un ejemplar: 12 s.

Todas aquellas personas que deseen colaborar en EKONOMIAZ deberán enviar sus artículos al Departamento de Economía y Hacienda del Gobierno Vasco.

El Consejo de Redacción se reserva el derecho de publicar los artículos que reciba, previo sometimiento a un proceso de evaluación anónima doble. Su publicación no significa necesariamente el acuerdo con el contenido que será de responsabilidad exclusiva del autor.

Un resumen de las normas de presentación de los artículos se puede encontrar en la página web: <http://www1.euskadi.net/ekonomiaz>

Los artículos de EKONOMIAZ son indexados en las bases de datos ISOC del CSIC y JEL en CD, e-JEL y EconLit del *Journal of Economic Literature* de la American Economic Association, LATINDEX, en la red de alertas DIALNET, en el directorio DOAJ y en RePec.

EKONOMIAZ (la Administración General de la Comunidad Autónoma de Euskadi) es la titular de todos los derechos de propiedad intelectual de los artículos originales publicados en EKONOMIAZ, que serán gestionados conforme a la licencia Creative Commons .

Edita: Eusko Jaurlaritzaren Argitalpen Zerbitzu Nagusia  
Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco  
Donostia-San Sebastián, 1 - 01010 Vitoria-Gasteiz

Impresión: PRINTEK, S.A.L.  
Polígono Igeltzera, Pab. B1 bajo - 48610 Urduliz

Depósito Legal: BI 2017-1985

ISSN: 0213-3865

# SUMARIO

## INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS EN LA SOCIEDAD DEL CONOCIMIENTO DESIGUAL

Coordinadores:  
Ramón Zallo y Juan Carlos Miguel de Bustos

|                                                                                                                   |     |                                                                                                                                              |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Presentación                                                                                                      | 7   |                                                                                                                                              |
| Las industrias culturales y creativas.<br>Una historia crítica                                                    | 24  | Justin O'Connor                                                                                                                              |
| Las industrias creativas y algunas respuestas<br>a sus críticos                                                   | 48  | Stuart Cunningham                                                                                                                            |
| Sector cultural y creativo y riqueza de las regiones:<br>en busca de causalidades                                 | 66  | Pau Rausell Köster<br>Francisco Marco-Serrano<br>Raúl Abeledo Sanchis                                                                        |
| Las universidades y los territorios a prueba<br>por las industrias creativas                                      | 90  | Oumar Kane                                                                                                                                   |
| Desarrollo económico, Ilustración y transformación<br>creativa: las industrias creativas en China                 | 108 | Justin O'Connor                                                                                                                              |
| Industrias culturales en América Latina:<br>tiempo de replanteamientos                                            | 126 | Martin Becerra<br>Guillermo Mastrini                                                                                                         |
| Cultura, industria cultural e innovación en<br>la Comunidad Autónoma de Euskadi: una<br>especialización pendiente | 146 | Ramón Zallo                                                                                                                                  |
| Situación, políticas y estrategia de las industrias<br>culturales en Cataluña                                     | 186 | Xavier Fina<br>Carles Spa                                                                                                                    |
| El proyecto global histórico de Distrito 22@<br>de Barcelona                                                      | 218 | Xavier Cubeles<br>Pere Muñoz<br>Jordi Pardo                                                                                                  |
| Las instituciones culturales para la creación<br>e innovación en el País Vasco                                    | 238 | Mikel Ayuso<br>Haritz Solupe Urresti<br>Carmen Rodríguez Suso<br>Pedro Ruiz Aldasoro<br>Juan Luis Laskurain<br>Itziar Mena<br>Santiago Eraso |

---

## OTRAS COLABORACIONES

---

**Accounting for growth in Spain, the Basque Country  
(and its three Historic Territories), Navarre, and Madrid  
since 1965**

**270**

*Iñaki Erauskin*

**La investigación sobre aglomeraciones territoriales  
de empresas en las publicaciones españolas de  
Geografía y Economía**

**308**

*Josep Capó-Vicedo  
M<sup>a</sup> Teresa Martínez-Fernández  
Débora Nicolau-Juliá*

**Measuring progress of italian regions: a classical  
approach**

**340**

*Marcella Corsi  
Giulio Guarini*

**La apertura exterior de las provincias vascas: una  
visión amplia desde el comercio intra, interregional e  
internacional de bienes**

**368**

*Jorge Díaz Lanchas  
Carlos Llano Verduras*

# Presentación

## Industrias culturales y creativas en la sociedad del conocimiento desigual

Las industrias culturales clásicas (edición, fonografía, cine, vídeo y todos los medios de comunicación escritos y audiovisuales) son un sector económico significativo desde hace años pero su influencia social (cultura colectiva, opinión pública, recursos humanos, transmisión generacional, generación de elites) sobrepasa, con mucho, cualquier medición económica. La cultura es un recurso global que cimienta el tejido de una sociedad, su identidad, su cohesión y su nivel de desarrollo.

Su peso en el PIB es creciente y sostenido. Está conectado directamente a procesos innovadores, incluso en la crisis, por la vía de los contenidos digitales y de la renovación del parque doméstico de equipamientos: notablemente la TDT, los *smartphone* y los ordenadores de uso polivalente. Pesa más que el sector químico según el Ministerio de Cultura español.

Han surgido también nuevos mercados para las empresas culturales con demanda no finalista y de servicios intermedios desde instituciones y empresas, en diferentes ámbitos (sanidad, transporte...), porque el audiovisual, la comunicación y el aprendizaje son funciones estratégicas en casi todos los sectores por muy distintas vías: la creación de redes sociales de temáticas económicas, *wikis* relacionales orientadas a la gestión de informes o a la docencia, *marketing* viral, videojuegos de aprendizaje en distintas profesiones, multimedias museísticos, etc.

A la vez, se pueden diferenciar dos campos laterales:

Por un lado, los perfiles culturales de la producción y del consumo social general (diseño, moda, la parte cultural del turismo, la creación publicitaria —y no toda la publicidad—,...) ámbitos que están, de todos modos, muy subordinados a las funciones económicas en las que se insertan en la economía de mercado: vender el producto, atraer visitantes, persuadir... Esta es la parte que pone en primer plano la tesis de las «industrias creativas».

Por otro lado, los ámbitos materiales suministradores desde atrás en la cadena de valor de la industria cultural (equipamientos electrónicos, electrónica de materiales, aplicaciones profesionales...), o hacia delante, como es el caso de los equipamientos

necesarios para los consumos domésticos (electrónica de consumo, conexiones, soportes y servicios varios...), o desde los laterales como es el caso de los facilitadores (telecomunicaciones) o las actividades auxiliares (imprensa, locales de espectáculo...).

De todos modos, esos dos campos descritos no parece que deban subsumirse en el estrictamente cultural —un valor añadido cultural subordinado, herramientas instrumentales de valores culturales o condición de cultura—. Esos campos afines, en cambio, requieren una consideración específica en tanto asumen algunas connotaciones culturales pero muy dependientes también de las dinámicas estrictamente económicas de los sectores de los que forman parte.

Cabe, en cualquier caso, un concepto amplio de cultura que los abarque, la hiler cultural, perfectamente útil para detectar sinergias y plantear líneas de fomento que haría innecesaria la aproximación desde la idea de «industrias creativas».

Las industrias culturales hoy viven una profunda transformación con la digitalización de todas sus cadenas de valor y la modificación de sus propios soportes (*ebook*, descargas, intercambios, menús personalizados y opcionales, lectura on line, TDT, *cross media* entre telefonía, ordenador y televisor...) incluyendo mercados secundarios cada vez más centrales (conciertos, música y piezas audiovisuales para móviles,...). De todos modos las expresiones clásicas (novela, ficción audiovisual, pieza musical, prensa diaria...) cualquiera que sea su soporte, son productos consagrados definitivamente en los usos e imaginario colectivos, aunque también surgen no pocos formatos nuevos y producciones derivadas. Así, se van difuminando las fronteras expresivas.

Al mismo tiempo cobran fuerza otras industrias culturales más recientes como los videojuegos (que incluyen los juegos *on line* gratuitos o de micropago) y el *software* informativo o de ocio interactivo. Estas industrias encuentran nuevos lugares de intermediación (buscadores, portales, servidores, proveedores de contenidos,...) y por el momento, aprovechan las nuevas y difíciles líneas de negocio. En cambio, las industrias culturales tradicionales, sin abandonar sus líneas económicas habituales (libros, prensa, televisión) irrumpen necesariamente en el digital, por el momento sin significativos retornos de rentabilidad. No pueden no estar, a pesar de las pérdidas. Esto ocurre con las publicaciones digitales o el multimedia en general. Y ciertamente también están en la red los que no quieren estar en régimen de intercambios gratuitos o, mejor, los que sólo quieren y pueden estar bajo la modalidad de pago (música, cine).

Están a la búsqueda desesperada de rentabilización en la medida que el uso común es todavía el gratuito, que solo pueden rentabilizar los grandes grupos (Google, algunas plataformas,...). Y desde luego con las nuevas formas publicitarias (con recursos expresivos como la publicidad *on line*) los abonos o Premium como en el nuevo Spotify o los pagos por usos.... se abren algunas vías de negocio pero para pocas empresas.

En cambio, el acceso mediante ordenador, USB, aplicaciones, red y servicios, no es gratuito, es de pago para las economías domésticas; solo rentabiliza a la industria electrónica, las telecom y a los buscadores y proveedores de servicios, y no a las industrias culturales o de contenidos, sin que estas últimas por el momento hayan encontrado la forma de participar en una cadena de valor en la que inciden sustancialmente con sus flujos de contenidos profesionales.

En el caso español el equipamiento en imagen y sonido e Internet alcanzaba ya en 2008, el 43,3% del gasto doméstico cultural (16.695 millones de €/año o 997,2 € de media anual por hogar). Un 27,6% iba a informática e Internet y 12,7% a equipos de imagen y sonido. Ello significa un gran esfuerzo bastante ajeno a la idea de la cultura gratuita. Le seguían los servicios culturales (artes, cine, abonos) con un 29,1% y la lectoescritura con 19,4% (1,6 publicaciones periódicas y 7,8% para libros no de texto), según el Ministerio de Cultura en sus Estadísticas 2010.

Los ámbitos culturales de la producción general (diseños, arquitectura, publicidad, turismo cultural, moda, artesanía), o sea el lado cultural de las producciones no culturales, ha llevado a una parte de la doctrina anglosajona a identificarlas como «industrias creativas». El concepto se ha extendido tanto que se acerca a la obesidad: hay quien incluye todo el *software*, la arquitectura y las telecomunicaciones, (Heinrich 2009:84 )<sup>1</sup> o queda directamente subsumido en la industria de alta tecnología, o en la nueva economía, con toda clase de servicios de ingeniería, finanzas, tecnológicos... hasta identificarse con la Industria del Conocimiento<sup>2</sup>. La cultura, que vestiría mucho pero pintaría poco, pasaría a ser un ámbito menor en ese conglomerado. Tiene problemas de taxonomía académica y de política pública confusa —«puede degradar la cara democrática de la cultura» (Bustamante 2011:16)— y deviene un concepto limitadamente operativo salvo como parte funcional de una estrategia *ad hoc*.

Hay que recordar que el concepto de industrias creativas se deriva menos de la extensión y cambio cultural inherente a la digitalización, que de la apuesta estratégica más general de algunos países avanzados en *know how* inmaterial —frente a los países emergentes, a los de nueva industrialización y a los suministradores de materias primas— y de la que el *copyright* no sería sino una parte más.

Cabría sumar a las industrias culturales, unas tasadas industrias creativas, entendiendo además que los cambios en curso y las apuestas generales por la innovación

<sup>1</sup> Bettina Heinrich «Las ciudades cambiantes y el nuevo papel de la política cultural urbana: perspectivas desde Alemania» en Ciudades, culturas y desarrollos. Un informe que celebra el quinto aniversario de la Agenda 21 de la cultura. CGLU, Barcelona Cultura y AECID. En [www.cities-localgovernments.org](http://www.cities-localgovernments.org)

<sup>2</sup> Ver Igone Ugalde y Juan Pérez «Hacia un modelo conceptual de territorios inteligentes». Labein-Tecnalia. Bilbao 2007.

tienen su lado en el mundo cultural. Esa suma, de todas formas, no eliminaría la diferencia entre la industria cultural (clásica o nueva) y la industria creativa, puesto que la funcionalidad social y la lógica compartida —cultura e industria— de la primera es diferente a la lógica esencialmente económica y mercantil de la segunda.

El problema surge cuando el concepto de industria creativa se propone desde una ruptura epistemológica y se torna alternativa. De hecho hace dependiente la cultura solo de las estrategias de innovación, en sustitución de la doble naturaleza de la cultura industrializada que es *humus* inmaterial central para el desarrollo de la sociedad contemporánea y además economía emergente. Igualmente se regularía solo por el mercado, con exclusión de la gestión colectiva mediante una política cultural; las demandas solventes sustituirían el lugar de los bienes culturales como *merit goods*....

Se habría consumado la plena mercantilización de la cultura quedando la cultura más libre solo a cargo del sector público, de los espacios de no mercado o del amateurismo o de las redes de confianza.

A la crisis y neutralización de la crítica social y de la «crítica artista» (de valores no tradicionales) desde finales de los 70 (Boltanski y Chiapello, 2002)<sup>3</sup>, le acompañaría así la asimilación de aquellos valores desde el sistema, entre ellos la creatividad, la autonomía, el trabajo en equipo, el riesgo, lo global, las TIC...en orden a configurar lo que llaman el naciente «tercer espíritu del capitalismo» como soporte legítimo del sistema. La creatividad es ahí solo una pequeña pieza.

Ese debate también tiene una dimensión práctica. Hay un doble riesgo. O bien que —en estos tiempos de adelgazamiento del Estado de bienestar— la política industrial y la política cultural no se proyecten sobre la cultura como tal, sino preferentemente sobre ese lado de los valores creativos añadidos que buscan diferenciar y «vender» la imagen de todo producto o servicio. O bien que las políticas culturales se sacrifiquen en aras a las políticas puramente industriales, en lugar de que interactúen puesto que la cultura necesita apoyos también desde las estrategias de I+D+i.

A la comunicación y la cultura le han afectado con cierta fuerza la coyuntura recesiva y la crisis financiera de las que tiene, de todos modos, la expectativa de salir antes y mejor que otros sectores, gracias a la sostenibilidad tendencial de la demanda (la demanda cultural doméstica sobre la hilera ha sido creciente) y a la disposición social al cambio tecnocultural. Sin embargo, en el medio plazo, las mutaciones estructurales del propio cambio tecnocultural son de costosa canalización por: el reajuste intrasectorial con hegemonías en competencia, la incertidumbre de los modelos de negocio que no terminan de estabilizarse y la redefinición de una nueva regulación sociocultural en torno a los actores, a las reglas y a la propiedad intelectual, hoy en conflicto.

<sup>3</sup> Boltanski Luc y Chiapello Ève « El nuevo espíritu del capitalismo». Akal: Madrid 2002.

En cualquier caso, como sector, en las tendencias de fondo y a largo plazo, tiene a su favor su carácter tractor del cambio tecnocultural, su tendencia al despegue —con un peso creciente en la economía y la demanda—, su gradual uso ecoeficiente de los recursos materiales (ahorra recursos materiales) y la vocación expansiva de la cultura y la comunicación como fermentos adaptativos de la sociedad en su conjunto con las consiguientes sinergias para todo el sistema.

Todo ello le sitúa como uno de los elementos que podría contribuir a la salida general de la crisis de acumulación y de rentabilidad del sistema y a ser beneficiario relevante en una eventual recuperación, que se adivina lenta. Esa hipótesis no puede olvidar que no es un sector autónomo y, además, *ab initio* seguirá favoreciendo a quienes controlan hoy la cadena de valor (operadoras, buscadores, servidores preferentes, agregadores y plataformas), bloquean la eclosión de la diversidad de la oferta y se quedan con la parte más significativa de las rentas. Tanto los generadores de contenidos, los productores, y los creadores como los usuarios tendrán que reaccionar para hacer viable el sistema cultural.

Así pues, este número de Ekonomiaz que aborda el amplio campo de las industrias culturales y creativas parece oportuno y relevante. Los artículos se estructuran en torno a cuatro temáticas básicas.

La primera, en forma de polémica entre dos autores muy reconocidos internacionalmente —Justin O'Connor y Stuart Cunningham— estudia la conceptualización alternativa de la economía de la cultura desde el paradigma más establecido —el concepto de industrias culturales— o el que pretende sustituirle —industrias creativas<sup>4</sup>—. Polémica que también abordan puntualmente Oumar Kane, O'Connor en su segundo artículo y Ramón Zallo.

La segunda analiza el problema de la contribución de la cultura a la economía mediante un modelo explicativo de las interrelaciones mutuas para el caso español. La cubre el ensayo de Pau Raussel-Köster y otros.

La tercera es sobre dos ámbitos tradicionalmente vinculados a la innovación, como son los territorios y las universidades, que ven interpeladas sus funciones tradicionales por el impacto de las industrias culturales y creativas. Oumar Kane da cuenta de la problemática que aparece en este ámbito.

Por último, en la cuarta y de una manera más exhaustiva, se analiza la situación de las industrias culturales y creativas en países distintos. En un caso (China) —y de nuevo O'Connor— introduce un punto de vista peculiar, el de la incidencia y los límites que pueden llegar a tener la economía cultural y creativa en la evolución de lo

---

<sup>4</sup> Para un análisis crítico ver Enrique Bustamante (ed) «Industrias creativas. Amenazas sobre la cultura digital». Barcelona: Gedisa 2011, y en el que colaboran Bouquillion, P., Garhnam, N., Miège, B., Moeglin, P., Richeri, G., Schlesinger, P., Tremblay G. y Zallo R.

que parece un capitalismo de Estado gestionado por un grupo de poder dominante, el Partido Comunista Chino.

En el resto de casos se analizan la estructura económica cultural, las tendencias y las políticas públicas de distintos espacios extremos. Para un megaespacio, como el subcontinente latinoamericano, Martín Becerra y Guillermo Mastrini describen la problemática y retos en orden a la cultura y la comunicación y el ámbito info-comunicacional.

Para un espacio territorial meso, como es Catalunya y la Comunidad Autónoma del País Vasco —con incursiones en el conjunto del espacio de Euskal Herria— dos artículos —de Xavier Fina y Carles Spá, y de Ramón Zallo— dan cuenta de situaciones y perspectivas así como de posibles retos de la política cultural.

Otros dos artículos abordan el ámbito micro; el primero con una descripción de la experiencia de Distrito 22@ en Barcelona con cargo a Xavier Cubeles, Pere Muñoz y Jordi Pardo; y el segundo por parte de Mikel Ayuso con una descripción —incluida la aportación breve de sus responsables— de algunas instituciones vascas punteras, dejando fuera los casos más conocidos (EiTB, los grupos multimedia como Vozcento o Elkar, o la operadora Euskaltel o el Museo Guggenheim- Bilbao).

Todas estas experiencias tan disímiles apelan a la centralidad de la comunicación y de la cultura en la era digital de las sociedades modernas; a la necesidad de políticas con acento industrial y financiero que compatibilicen estrategias respetuosas con el lugar social de la cultura y la consideración de que se trata de un sector estratégico y preferente; y con más razón en los casos de culturas minoritarias como la vasca o la catalana, esta última habiendo hecho ya de forma exitosa la apuesta por especializarse en cultura.

Las contribuciones del número las inaugura **Justin O'Connor** quien recorre el camino que va desde el concepto bien establecido académicamente de industrias culturales al que, con no pocas imprecisiones, quiere abrirse camino: las industrias creativas.

En la década de los setenta, se utilizaba el concepto de industrias culturales pero, acorde con el pensamiento de Adorno y Horkheimer, su misión teleológica era de tipo político y cultural, y menos económica, revalorizaba conceptos como el servicio público y la esfera pública habermasiana. En esa época se inició el paso de una política relativa a las artes a una política relativa a las industrias culturales, y este cambio significaba la profundización de la democracia; sustituyéndose una concepción elitista del arte por una concepción que hace al arte y la cultura presentes en la vida cotidiana, y no solo en los museos. Esta dilución del arte en la vida corriente ocurría a la vez que se escindía en arte que puede considerarse identitario o nacional, y en arte autónomo, en las fronteras del orden establecido y que es difícil de gestionar por las políticas culturales.

En los años ochenta comienza un cambio fundamental, al reconocerse que mucha cultura es consumida mediante el mercado y que los subsidios a las actividades artísticas y mediáticas no son suficientes para satisfacer las demandas culturales; de forma que las políticas culturales deben comenzar a tener en cuenta y actuar sobre las actividades comercializadas a través del mercado. Incluso los aspectos económicos comienzan a considerarse positivos, y la intervención no es ya para paliar los fallos del mercado (difícil incremento de la productividad, difícil asignación de precios, etc), sino para paliar algunos aspectos del propio mercado, como la concentración. A la vez, lo tecnológico es identificado con la posibilidad de apropiación para usos democráticos.

En esos años también se da un cambio en la espacialización de la acción política, ya que lo local, y en especial las ciudades constituyen un nuevo tablero de planificación estratégica. Las ciudades y espacios urbanos buscan la conjugación de la búsqueda identitaria y de la democratización de lo cultural, pero también la consecución de ingresos. A la vez, se rompe con una concepción totalizante y lineal en la que la industria local es el reflejo de las grandes corporaciones, por lo que se magnifica la pequeña y mediana empresa; lo que no es sino la constatación del fin de la empresa fordista típica de los años sesenta. En la planificación de las ciudades las políticas culturales adquieren una dimensión industrial, no solo porque son generadoras de ingresos, sino porque se pautan paralelamente con la creación y remodelación de infraestructuras y de servicios complementarios.

O'Connor indica que el enfoque de las industrias culturales ya indicaba claramente las oportunidades de desarrollo local, cultural y tecnológico y de una nueva economía vinculada a la cultura y al mercado de la cultura, si bien —por la funcionalidad de la cultura en la sociedad y las ópticas igualitarias— ponen límites al mismo desde una política cultural que ya sustituyó a una «política de las artes». Atiende tanto a creadores e industrias como a la reapropiación social de la cultura. La diferencia con el enfoque de «industrias creativas» no está por lo tanto en el acento económico sino más bien en lo ideológico/funcional.

Una de sus conclusiones es que la crítica al capitalismo, procedente de los teóricos e implementadores de las industrias culturales, ha sido ahora domesticada por las corporaciones que rápidamente absorben los retos planteados por las redes sociales. También se marginan las transformaciones sociales, culturales y políticas que propugnaban los primeros textos fundadores de las industrias creativas.

El artículo de O'Connor apunta el significado de la desregulación de los años 80 en el audiovisual y en las telecomunicaciones. Supuso la instauración del mercado como gestor de los aspectos identitarios y emancipadores que conllevan los servicios culturales. La intervención estatal se justificará para potenciar el mercado y para hacer lo que no le compensa al agente privado. Afortunadamente, especialmente en Europa, continúan las iniciativas estatales que, a través de las cuotas en cine y televisión por ejemplo, buscan colocar barreras a ese movimiento desregulador.

Ciertamente ha cambiado el marco. Hay, por una parte, una nueva cultura que supera el elitismo artístico, y pretende superar la identidad nacional en un mundo global. Y hay, por otra, una nueva economía en la que se diluyen las fronteras entre creadores y usuarios y en la que, a escala general, tiene un lugar creciente la creatividad de riesgo e innovadora, así como la economía de la atención y de la experiencia subjetiva, lo que introduce un giro en las relaciones entre valor de uso y valor de cambio. Se agranda la importancia de los aspectos económicos y la importancia de la cultura en la nueva economía. El paradigma de industrias creativas —adoptado, por ejemplo, por países asiáticos— busca vincularse solo al mercado en lugar de a la sociedad.

Lo creativo ya no pertenece al ámbito artístico, sino a los emprendedores puesto que la creatividad es vista solo en su dimensión económica de innovación. La economía creativa ve en la creatividad un recurso económico antes que cultural o artístico; por lo que toda mención liberadora, de transgresión y de posibilidad de cambio que antes era del ámbito del arte, ahora ha pasado al empresario creativo. Esto significa no sólo que la cultura se supedita a lo económico, sino que lo económico sustituye a la cultura, no porque la anule sino porque, incluso, hace suyos los atributos que caracterizan al arte.

En ese marco real, la aproximación neoliberal es para O'Connor un enfoque sobreenvidado, en tanto se entiende que con el paradigma «industrias creativas» la cultura se subordina completamente al mercado, propugna la desregulación ya establecida en otros sectores, y relee los valores de los artistas para generalizarlos al conjunto del sistema en su incertidumbre relacional y remunerativa. No se trata así de un concepto inocente y descriptivo sino de una apuesta político-ideológica definida.

La siguiente aportación de **Stuart Cunningham** es deliberadamente polémica con Nicholas Garhnam —uno de los padres del concepto de industrias culturales— y con Toby Miller. Al ser éstos poco conocidos por estos pagos, salvo para los expertos, difícilmente podrá contrastar el lector la justeza de dichas críticas.

Cunningham critica a los críticos a través del pensamiento de Schumpeter y su teoría de la destrucción creativa de la «fase monopolista del capitalismo», teoría conforme a la cual se reducirían y repartirían cuotas de poder hoy a lo largo del sistema. Visto el puño de hierro del capital financiero sobre economías y Estados es una hipótesis a contrastar.

Asistimos a grandes cambios en la esfera de la producción, de la distribución y del consumo en los medios y en el ámbito cultural; dichos cambios son producto no solo de las transformaciones tecnológicas sino también sociales, culturales y económicas. Es en este cambio poliédrico en donde deben explorarse las nuevas políticas que puedan dar cuenta de las nuevas situaciones emergentes. El problema es saber cómo.

La pregunta que se hace Cunningham es la clásica en política cultural: «¿cuáles son los marcos de las políticas que pueden ayudar a florecer a la cultura emergente, así como a la establecida y dominante?». Y su respuesta también es tradicional: «crear alineaciones de interés entre culturas empresariales de la pequeña empresa, el sector sin ánimo de lucro, la cultura apoyada por el Estado en el campo cultural y de la comunicación (..), corporaciones comprometidas con la responsabilidad social empresarial, prácticas laborales y estrategias de inversión progresistas; y movimientos culturales sociales o participativos de hágalo usted mismo».

Sugiere que se rastree la evolución de las normas sociales e industriales sobre la cultura y, para ello, establece una cierta genealogía: primero fue el Estado regulador y corrector, que luego potenció la industria cultural y la cultura como factor de desarrollo; y la actual interrelación entre productores y usuarios apunta a la importancia de los recursos culturales.

Reconoce la dificultad de homegeneización estadística y de datos para dar un estatuto fiable al concepto de industrias creativas, pero lo entiende como un reflejo de la tensión creadora —destructora en el ámbito de la cultura y de los medios. En el diseño de sectores y de su clasificación se está realizando un importante esfuerzo por parte de todo tipo de organismos nacionales e internacionales.

Asocia trabajo creativo al trabajo de conocimiento (*knowledge work*) caracterizado por su movilidad, amplia tasa de autoempleo, disminución del peso regulador, etc, así como por la precariedad. Critica a los críticos al señalar que esta última es consecuencia del cambio y que en muchos otros sectores, incluso en el pasado, la situación no era mejor para los trabajadores. El trabajo creativo tiene además mayores oportunidades, remuneraciones y movilidad especialmente fuera del sector cultural.

Sugiere que es muy desigual la utilización del concepto en las políticas públicas del mundo. EE.UU. sigue explotando su ventaja mundial en las industrias del entretenimiento, aunque tímidamente se abren vías para el apoyo a iniciativas locales. En Europa contrastan la estrategia sectorial y mercantil británica con el modelo más de desarrollo cultural y social del resto. También es desigual en Asia que acentúa la mirada sobre la industria del *software*. Se han generado expectativas en algunos países del sur con una idea híbrida que combina patrimonio, lucha contra la pobreza, infraestructuras para TICs y diversidad cultural. Y apunta que la adopción de la «economía creativa» por algunas agencias de la ONU le auguran su difusión.

Las diferentes adaptaciones y políticas en torno a las industrias creativas en el mundo, le sirve para describir las industrias creativas más como los dibujos del test de Rorschach que como un caballo troyano.

Los dos artículos siguientes realizan un análisis aplicado sobre el impacto de las industrias culturales y creativas en el empleo y la riqueza regional y sobre la reubica-

ción universitaria y territorial con las derivaciones que traen las industrias culturales y creativas en la actualidad.

**Pau Rausell-Köster, Francisco Marco-Serrano y Raúl Abeledo Sanchís** precisan que no hay una literatura concluyente sobre la relación de las «industrias culturales y creativas» con el bienestar de las regiones, pero exploran un marco teórico para interpretar la relación de causalidad entre la generación de riqueza y empleo en los sectores culturales. No es solo que la riqueza genera más ocupación en cultura —ese automatismo no haría necesaria una política cultural— sino que, además, la ocupación cultural genera, con una productividad superior a la media, un importante impacto en empleo y riqueza. Para ello se sitúan en la perspectiva de Richard Florida —impactos de las ocupaciones creativas sobre el desarrollo regional— y de los modelos de Potts y Cunningham de la función de locomotora innovadora y fertilizadora de las industrias creativas sobre el conjunto del sistema.

Para ello, utilizando los datos del INE y del Ministerio de Cultura sobre las comunidades autónomas españolas entre 2000 y 2008, valoran el tipo de relación de causalidad entre el PIB per cápita de las regiones y la ocupación en las industrias culturales y creativas, no sin antes constatar el proceso de centralización de industrias creativas que se está dando en Madrid y, en menor medida, en Barcelona.

Apuntan una conexión significativa (causalidad de retroalimentación y circularidad) entre la variación del PIB per cápita y la variación en la intensidad del empleo en las «industrias creativas». Estas conclusiones, junto con otros resultados paralelos, revelan un efecto significativo sobre el alcance y la funcionalidad que tienen las políticas culturales.

**Oumar Kane** señala la confusa frontera entre creatividad e innovación, y la poliseemia de las interpretaciones sobre lo que entra o no en las industrias creativas. De hecho se identifica innovación y creatividad, y la propia alta tecnología se considera, en algunos de esos modelos, como parte de las industrias creativas.

Antes los territorios se asociaban a la innovación como pauta dinámica y de competencia. Ahora, en algunas versiones, la referencia sería la creatividad. Mientras que la innovación implica organización y es el resultado de un grupo, la creatividad, tal y como aparece en muchos textos, aparece como una capacidad individual. Es incluso visible en los textos de Richard Florida, que aunque habla de clase creativa, no trasciende las individualidades agrupadas. En todo caso el término ha tendido a ensalzar al emprendedor individual e imaginativo.

En dichas versiones las actividades de las industrias culturales se incluyen en las industrias creativas. Sin embargo las industrias culturales implican prácticas grupales, en la producción, distribución e incluso en la creación, por lo que resulta com-

plicado pensar los procesos de trabajo como resultado de la juxtaposición de individuos, eso sí, creativos.

En el artículo aborda las implicaciones que para las universidades y los territorios tiene el recurso de la innovación y de la creatividad. Por un lado, Taylor y Florida apuntan el impacto de las universidades en la economía de su entorno y, con alguna diferencia, establecen que las universidades, además del impacto económico de su propia implantación, transfieren tecnología a su entorno, en el que emergen nuevas empresas como consecuencia de la elaboración de patentes o del saber hacer tecnológico o empresarial.

Por otro lado, Kane describe una cierta corriente de pensamiento que establece que el tejido industrial en el entorno de una universidad no aprovecha directamente la innovación que emana de ella, sino que las universidades emiten señales que pueden ser captadas por industrias lejanas y no inexorablemente por las próximas. Apunta así la complejidad y laxitud de las relaciones de las universidades innovadoras con sus territorios, pudiendo beneficiar a otros distintos a los de su ubicación, en un juego de suma cero.

Ese enfoque, que llega a sus extremos en el pensamiento de globalización, y que puede ser válido para territorios ya globalizados y líderes mundiales, sería en cambio muy inconveniente para el común de los territorios económicamente organizados porque implicaría un desmantelamiento institucional y relacional y el cuestionamiento de la base de muchas teorías y conceptos de economía regional: clusters, *milieux*, distritos de innovación, concentración en el espacio de empresas y atracción de nuevas empresas, especialmente las de *high tech*, etc.

Por último, señala el *branding* y el *marketing* territorial, como mecanismos de los que las regiones y ciudades se dotan para atraer a los individuos creativos. El *mapping* es el inventario, análisis y clasificación de las actividades, de la organización de estas y del empleo. El *marketing* territorial constituye el aspecto de *policy* del *mapping*, al buscar valorizar sus recursos. No es que ambas herramientas sean novedosas, pero sí lo es el énfasis que ahora se da en la producción, más que en el consumo, por ejemplo cultural.

Los poderes públicos tienen un papel importante que desempeñar al proveer un *package* institucional de promoción de los territorios en dicho ámbito. Señala los riesgos simplificadores del *branding* territorial en la gestión pública puesto que la búsqueda de sinergias a la hora de vender un territorio tiende a ignorar las disparidades internas. También advierte del riesgo de que las estadísticas *ad hoc* de medición del nivel de contribución de las industrias creativas puedan llegar a ser una ficción autocumplida.

Apunta los casos de universidades que hacen de la formación en creatividad uno de los caballos de batalla, efectuando un *branding* explícito en dos planos: la formación en creatividad y la contribución al crecimiento económico a través de la inno-

vación. Sin más precisión, propugna asimismo la intervención de las empresas en los currícula de la universidad.

**Justin O'Connor**, en la primera parte de su segundo artículo, esta vez aplicado a China, vuelve en su introducción sobre la fundamentación y origen de la idea de industrias creativas y señala —tras apuntar las dos visiones opuestas al respecto— la parte que aquella tiene de préstamo conceptual de las industrias culturales y la parte de nuevo paradigma vinculado a la innovación, a la producción postindustrial y al intercambio de papeles entre creador y usuario. En conjunto permite hablar de una nueva economía, con base en el conocimiento, en la que la innovación es aún más fundamental como mecanismo de competitividad.

En el caso de la cultura, las nuevas tecnologías representadas por la Web 2.0, suponen un movimiento democratizador de mayor alcance que el que representaron las industrias culturales.

Respecto a la agenda de las industrias creativas en China analiza cómo entran a principios del milenio y cómo los investigadores occidentales ven su desarrollo. Al respecto, describe y rebate dos relatos opuestos, no totalmente excluyentes.

El primero, de Will Hutton, sugiere que China es incapaz de desarrollar industrias creativas sin acometer una reforma política que incluya el desarrollo de la sociedad civil, mercados libres y una apertura cultural asociada a la modernidad occidental, porque a la creación son inherentes los valores de la Ilustración. El capitalismo se desarrolló (en Occidente) en un marco de pluralismo y de separación de la sociedad y de los individuos del Estado.

La tesis de Hutton se basa en la identificación de democracia y capitalismo y la crítica mayor que se le puede hacer es que considera un solo capitalismo estrictamente positivo obviando fenómenos como el imperialismo o la desigualdad.

La realidad es que China sí ha hecho esa apuesta sin reforma política y que capitalismo (de Estado) exitoso y democracia no son sinónimos, como no lo son el pensamiento ilustrado y el conocimiento para la expansión de mercados. Es dudoso que los cambios culturales vengan de fuera y no vayan a ser producto de recursos socio-culturales autóctonos, nos dice O'Connor.

El segundo relato —representada por el CCI de la Universidad de Queensland y más concretamente por M.A. Keane— propone que las industrias creativas pueden actuar como un caballo de Troya, mediante el empoderamiento de empresas y consumidores con mucha información, provocando el cambio social, político y cultural. O sea las instituciones democráticas y la sociedad civil no serían condiciones previas necesarias para la economía del conocimiento sino al contrario, la agenda de las industrias creativas puede producir por sí misma esos cambios socio-culturales y conseguir espacios democráticos autónomos.

Precisamente la tardanza en introducir políticas en torno a las industrias culturales en China, es un reflejo de la cautela de las autoridades chinas ante la presencia de estas industrias. De hecho, las autoridades chinas, las dividen en seguras y no seguras, siendo estas últimas la prensa, la radio y la televisión, o sea son las industrias culturales y no las creativas, sobre las que siguen ejerciendo control.

O'Connor muestra que China ha hecho compatible el control ideológico de las industrias culturales clásicas —(prensa, TV, audiovisual...) que son el núcleo duro de la opinión y el imaginario— con el hiperdesarrollo del entretenimiento con la consiguiente creatividad... orientada y políticamente segura para el régimen. Es inevitable pensar que la teoría de las «clases creativas» de Richard Florida, casa mal con la perspectiva asiática, no solo por el concepto de clase, sino porque es esencial para esa teoría la existencia de tolerancia, junto y además de la tecnología y el talento.

El cambio en China —señala razonablemente O'Connor— vendrá en todo caso de la apuesta ciudadana (ámbito político y social) y no como resultado de la soberanía del consumidor. Identificar ambos planos en la expectativa de una evolución natural político-social derivada de la creatividad se traduce en un soporte ideológico de corte tecnocrático para el propio régimen chino.

**Martín Becerra y Guillermo Mastrini** describen los elementos básicos de la estructura de las industrias culturales en América Latina. Por un lado, muestran una lógica comercial de funcionamiento con largas y diferentes tradiciones nacionales desde principios del siglo XX, pero a su vez destacan la subordinación política a los gobiernos de algunos países, que constituye una importante fuente de ingresos y subsidios.

Realizan un seguimiento de las industrias del libro (dependencia), de la música (cierta mejoría), cine (limitado), prensa (tradición editorial y bajo consumo), radio-televisión privada de origen familiar y, en algunos casos, (Televisa, Globo, Cisneros...) globalizada y una producción audiovisual importante. Igualmente distintos son los accesos a los bienes y servicios culturales por países.

Si bien los autores se reclaman del concepto de industrias culturales, los procesos de convergencia de las industrias culturales con el sector de las telecomunicaciones y de las redes digitales les llevó a utilizar desde hace unos años el concepto de «industrias infocomunicacionales» del que llegaron a estimar su aportación al PIB en un 4% en toda la región, en contraste con el limitado papel de las industrias culturales (1%). La irrupción de las compañías telefónicas (Telmex, Telefónica) en la TV de pago en competencia con los cableoperadores nacionales va en esa dirección.

Le dan gran importancia al seguimiento de los procesos de concentración en América Latina, temática a la que han dedicado distintos trabajos. Presentan resultados del análisis de la concentración de la propiedad de los medios de comunicación en Sudamérica y México, a partir de la aplicación a la prensa diaria, la televisión

abierta, la televisión de pago y la radio, del método del índice de concentración (CR4) en dos sentidos: ponderar el volumen de facturación de las cuatro mayores empresas en relación al resto (CR4-facturación) y medir el porcentaje de dominio de esos cuatro líderes sobre la audiencia (CR4-audiencia). Es muy alto y con especial peso en la TV en abierto y de pago.

Asimismo se detienen en los procesos de transformación que están enfrentando las industrias culturales debido a la digitalización, pero no solo por eso. Se está produciendo una transformación de los modelos de negocios especialmente en el caso del sector audiovisual, mientras que se apunta, a una reorientación de las políticas públicas hacia el sector, con una mayor intervención del Estado en la protección y promoción de la cultura y una mayor implicación de organizaciones sociales.

Mientras Europa estaría de vuelta en una dirección desreguladora de su gran aparato de apoyo a artes, industrias y servicios públicos culturales, una América Latina con limitada regulación y acotados servicios públicos culturales emprende un camino de ida pero en un contexto cambiado.

Por su parte, **Ramón Zallo**, sostiene que la digitalización con globalización significa tanto un cambio tecnocultural como un cambio social de impredecibles consecuencias. En ese marco las industrias culturales tienen un importante protagonismo; y, en otra medida, las industrias creativas cuyo estatuto se debe precisar.

Concibe la cultura como el otro lado, el subjetivo, del espejo en el que se mira la innovación tecnológica, material, inmaterial o sistémica. En ese marco conceptual se diagnostican los importantes déficits históricos y actuales vascos en relación a la cultura por su querencia por el lado práctico de la Ilustración. Ese déficit se aprecia en el gasto doméstico cultural y, en parte, en el tipo de gasto público que, de todas formas, ejerce de factor compensatorio.

En un país que sabe que ha de volcarse en la innovación y que cuenta con una cultura específica y minoritaria en su entorno, la era digital brinda la ocasión para corregir ese rumbo, de tal modo que se innove la cultura y se desarrolle simultáneamente un sector cultural como una especialización con importantes recursos creativos, culturales y educativos. La capitalidad cultural europea para Donostia es una oportunidad para esa apuesta en el medio plazo en cultura y comunicación en todos los territorios.

**Xavier Fina y Carles Spà** utilizan el concepto de industrias culturales en sentido amplio, refiriéndose a la industria de contenidos culturales que trasciende las lógicas estrictamente subsectoriales. Las industrias culturales tendrían el doble papel de catalizadores económicos y de indicador del grado de desarrollo económico y social de un territorio.

Las industrias culturales son un sector económico de larga tradición en Cataluña que se ha mantenido como una apuesta estratégica de país. El ritmo de crecimiento

del VAB cultural entre 2002-2007 fue del 10% anual mientras que el empleo cultural lo hace al 5%, siendo la primera comunidad autónoma en peso del empleo cultural en el Estado español (21,8%) y la segunda, tras Madrid, en número de empresas (19,6%). Los autores hacen un repaso de la estructura de industrias culturales, tanto por niveles de dependencia mayor o menor respecto a la ayuda pública, como por desarrollos subsectoriales: audiovisual, libro, artes escénicas, música, prensa y otros sectores creativos como diseño, arquitectura, publicidad o videojuegos.

Mientras el audiovisual y el libro son las industrias con mayor peso económico y un nivel más alto de industrialización y de internacionalización; las artes escénicas, las visuales y la música están en situación de menor desarrollo. Asimismo Cataluña está haciendo un esfuerzo como territorio creativo en sectores como el diseño, la arquitectura, los videojuegos o la publicidad.

Las industrias culturales catalanas tienen sus especificidades en tanto atienden el mercado en castellano y el mucho más reducido mercado cultural en catalán. El mercado en castellano es un mercado global, mientras que el mercado en catalán es local, y en la tensión entre uno y otro se desarrollan las industrias culturales catalanas. La cultura en catalán, por lo tanto, necesita una protección específica.

Asimismo analizan las estrategias de la Administración catalana que fue pionera al respecto en el Estado Español, con un volumen significativo del presupuesto del Instituto Catalán de Industrias Culturales (apoyo a la producción, distribución, difusión y proyección). Llegó a los 41,6 millones de euros en 2010. De todos modos sigue predominando la subvención sobre el préstamo.

Para los autores, los retos serían promover las prácticas y el consumo cultural y aprovechar el talento creativo surgido de la importante inversión en formación, ofreciendo recorridos profesionalizadores que superen el insuficiente desarrollo de políticas industriales, tanto en el plano de la especialización, como de la clusterización del sistema industrial cultural (hay ya de todas maneras unas cabezas de puente en Distrito 22@ con el Cluster Media y el Cluster Diseño).

El artículo de **Xavier Cubeles, Pere Muñoz y Jordi Pardo**, describe los antecedentes, la justificación y la puesta en marcha del Distrito 22@ Barcelona, ubicado en el anterior barrio periurbano de Poblenou, como un distrito de innovación en muy distintos planos, incluidos el audiovisual y culturales, y como una experiencia de colaboración público-privada para el interés general y local.

Aprobado tras la revisión del Plan General Metropolitano de Barcelona en el año 2000 ya tiene una importante andadura, tanto en claves de regeneración urbana como económica con la función tractora de los dos *cluster* de Media y Diseño, y a los que hay que añadir los de TIC, biotecnologías médicas y energía. Y todos ellos con centros de transferencia tecnológica y de cooperación entre universidades y empresas.

En este artículo se analizan los resultados conseguidos, especialmente, en las esferas del urbanismo (renovación del 65% de las áreas industriales de Poblenou, además de equipamientos, zonas verdes, servicios y viviendas) y de la promoción económica (localización en el distrito de 10 centros universitarios con más de 25.000 estudiantes, y de 12 centros de I+D y de transferencia tecnológica; 7.064 empresas y unos 4.400 autónomos, duplicando las que estaban instaladas en el 2000 y siendo el 27% del total de empresas intensivas en conocimiento; unas 90.000 personas trabajan en el distrito, un 62,5% más que en el año 2000, lo que supone un incremento de 56.200 trabajadores. El volumen de negocio del conjunto de actividades asciende a unos 8.900 millones de euros anuales.

La ciudad de Barcelona y su área metropolitana concentra el 85% del VAB cultural catalán y Distrito 22@ centraliza actividades de media y audiovisuales, así como parte de los equipamientos culturales. Desde luego ha sufrido los impactos de la crisis vigente en los campos de artes gráficas, edición, cine-video y productos informáticos y ha tenido, en cambio, un comportamiento positivo en equipos electrónicos, servicios de TIC, I+ D o diseño.

Ya situados en el País Vasco, **Mikel Ayuso** hace un recorrido general por el conjunto de instituciones que en Euskal Herria trabajan en el sector de la creación e innovación culturales. Así, se estudian los centros tractores en este campo como Tabakaleira y Arteleku en Donostia, BilbaoArte en la capital vizcaína, y Montehermoso y Krea en Gasteiz. Se recoge, asimismo, tanto la oferta educativa pública en estos ámbitos, concretamente los centros de Musikene, Eszenika y el próximo Parque Científico-Tecnológico de Leioa, como la de las universidades —tanto públicas como privadas— y centros de estudios profesionales y privados. Finalmente, se describen asociaciones y partenariados, tales como el clúster audiovisual Eiken y la red de teatro Sarea.

A este informe le siguen las opiniones y análisis, según los casos, actuales o anteriores responsables de instituciones o entidades como Haritz Solupe Urresti (Director general de Promoción y Difusión Cultural Diputación Foral de Gipuzkoa en la legislatura 2008-2011), Carmen Rodríguez Suso (Coordinadora General de Musikene (2010-2011), Pedro Ruiz Aldasoro (Presidente de Creativity Zentrum), Juan Luis Laskurain (Director general de Digipen), Itziar Mena (Directora de Eiken) y Santi Eraso (Director Cultural de la Candidatura Donostia-San Sebastián 2016 a la capitalidad cultural europea).

En síntesis, todas las aportaciones polifacéticas de este número de *Ekonomiaz* abren un campo inédito en nuestro país y quiere contribuir a enriquecer la comprensión de las relaciones entre la economía y la cultura.

**Ramón Zallo**  
**Juan Carlos Miguel de Bustos**

Esta sección la inicia **Iñaki Erauskin** con un análisis del crecimiento económico y la productividad, en el periodo 1965-2007, en España, País Vasco, sus tres territorios históricos, Madrid, y Navarra, basado en los componentes: productividad del trabajo, productividad del capital y productividad total de los factores (PTF). Se observan tres subperiodos con características muy diferentes en la evolución de estas componentes, siendo común denominador la cada vez mayor importancia de la PTF en el crecimiento de la productividad con diferentes resultados entre los territorios analizados.

Los autores **Josep Capó-Vicedo, M<sup>a</sup> Teresa Martínez Fernández y Débora Nicolau-Julí** presentan un estudio acerca del estado de investigación académica de los conceptos *cluster* y distrito industrial como representativos de las aglomeraciones territoriales de empresas en las revistas científicas españolas. Para ello se han revisado las contribuciones que abordan esos temas en las principales revistas de Economía y Geografía en el periodo 1998-2008 mediante la técnica de análisis de contenido. Los trabajos seleccionados de esas revistas han sido estudiados desde cuatro puntos de vista: la evolución de su carácter científico, la autoría, las líneas de investigación a las que están adscritos y el método empleado en cada uno de ellos, complementado con un análisis comparativo entre ambas áreas de conocimiento. Los resultados permitirán conocer el nivel de desarrollo logrado y proponer líneas de investigación en futuros estudios.

Por su parte, **Marcella Corsi y Giulio Guarini** abordan la interesante a la vez que compleja cuestión del concepto multidimensional del progreso y su medición. Describen en primer lugar la interacción entre el desarrollo económico y el civil, y su causalidad circular, para pasar posteriormente a un análisis empírico que toma como muestra a las regiones italianas. De esta manera, proponen un índice sintético de progreso, que tiene en cuenta los diferentes componentes de desarrollo (social, civil, económico y ecológico) así como la «sostenibilidad social» del progreso, definida como la mejora equilibrada de todas las dimensiones de desarrollo.

En el artículo de **Jorge Díaz y Carlos Llano** ofrecen un análisis inédito acerca de la estructura y evolución del comercio vasco, basado principalmente en las cifras de la base de datos C-interreg. Intentan subsanar la visión deformada que pueden trasladar numerosos estudios actuales sobre competitividad regional, demasiado centrados en la evolución de las exportaciones internacionales de bienes, olvidando que en muchas comunidades, más del 80% de la producción de bienes tiene como destino la propia región y el resto del mercado nacional. Este trabajo estudia la evolución del comercio de bienes del País Vasco a lo largo del periodo 1995-2008, teniendo en cuenta los flujos internacionales, interregionales e intrarregionales y utilizando datos de comercio intraprovincial.

---

# *Las industrias creativas y culturales: una historia crítica*

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

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

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

## Índice

---

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

### Referencias bibliográficas

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

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

Nº de clasificación JEL: Z11, Z13.

---

## 1. INTRODUCCIÓN

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

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

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

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

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

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

## 2. ANTECEDENTES

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

### 3. EL «VALOR» DE LA CULTURA

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

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

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

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

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

#### 4. VALOR DE USO Y VALOR DE CAMBIO

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 5. LA NUEVA ECONOMÍA CULTURAL Y CREATIVA

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

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

Este *pathos* funcionaba mediante tres registros:

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 6. INDUSTRIA CREATIVA O NUEVA INDUSTRIA CULTURAL

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

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

atendidos o rellenos de forma diferente, o reposicionados en un sistema de significantes diferente cambiando su significado<sup>3</sup>.

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

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

<sup>3</sup> Significado y significante.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

## 7. CONCLUSIÓN

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

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

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

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

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

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

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

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

---

# *Las industrias creativas y algunas respuestas a sus críticos*

Las discusiones sobre qué debe incluirse bajo la definición de «industrias creativas» han limitado su aceptación y las políticas adecuadas. Existen categorías estadísticas y analíticas opuestas, tales como la industria del copyright, las industrias de contenidos, las industrias culturales, las de contenido digital, las industrias de las artes y el entretenimiento, etc., que hacen muy difícil reunir datos precisos, fiables y oportunos sobre ese megasector. Otra importante crítica es que idealizan el trabajo ‘creativo’ y que la exportación del concepto fuera del país que las originó puede constituir un imperialismo implícito. Sin embargo, las industrias creativas han evolucionado en los últimos diez años, pasando de estar limitadas a sectores específicos a ser consideradas agentes creativos generadores de cambio e innovación y han conseguido niveles de aceptación y relevancia considerables en muy distintos países.

*«Sorkuntza-industrien» definizioaren barruan zer dagoen azaltzen duten eztabaiden ondorioz, horien onarpena mugatu egin da, baita politika egokiak bideratzea ere. Aurrez aurre dauden kategoria estatistiko eta analitikoak daude, esaterako copyright-aren industria, edukien industriak, kultura-industriak, eduki digitalekoak, arteen eta entretenimenduen industriak, etab., eta horrela oso zaila da megasektore honi buruzko datu zehatz, fidagarri eta egokiak biltzea. Beste kritika garrantzitsu bat ere egiten da: lan ‘sortzailea’ idealizatzen dutela eta kontzeptua sortu zituen herrialdetik kanpo esportatzeak inperialismo inplizitua ekar dezakeela. Hala ere, sorkuntza-industriek aldaketak izan dituzte azken hamar urteetan: lehen sektore jakin batzuetarako zeuden mugatuta, eta orain aldaketa eta berrikuntza dakarten sorkuntza-eragileztat hartzen dira, eta kontuan hartzeko moduko onarpen- eta garrantzi-mailek lortu dituzte herrialde oso ezberdinetan.*

Arguments as to just what should be included under the definition of «creative industries» have limited their acceptance and the adoption of suitable policies. There are opposing analyses and statistical categories, such as the copyright industry, the content industry, the cultural industry, the digital content industry, the arts and entertainment industry, etc. that make it difficult to gather accurate, reliable, timely data on this mega-sector. Another major criticism is that «creative» work is idealised and that the exporting of the concept outside its country of origin may be tantamount to imperialism. However, the creative industries have evolved in the past ten years from being limited to specific sectors to becoming seen as creative agents that can generate change and innovation, and have achieved high levels of acceptance and significance in many different countries.

## Índice

---

1. Introducción
2. ¿Choque de cultura y economía?
3. Coherencia y la cuestión de los datos
4. Precariedad laboral
5. Adaptación de las políticas: ¿una hegemonía internacional?
6. Observaciones finales

### Referencias bibliográficas

Palabras clave: industrias creativas, precariedad laboral, economía creativa.

Keywords: creative industries, precarious labour, creative economy.

N.º de Clasificación JEL: Z11, Z13, O31.

---

## 1. INTRODUCCIÓN

El desarrollo de una ‘propuesta’ de industrias creativas ha causado mucha controversia: la crítica realizada al concepto en estudios académicos sobre medios, cultura y comunicación ha sido tan constante como negativa. Las críticas pueden proceder de la sospecha anti-estatalista de ‘estar hablando a los aparatos ideológicos del Estado’ según la inigualable expresión de Bennett (1998). También se puede tratar de una oposición por principios a que la ‘creatividad’ (que puede implicar individualismo y esencialismo burgueses) desplace a la ‘cultura’ (en la tradición de los estudios culturales británicos clásicos, código de la solidaridad y la colectividad). Para analistas como Angela McRobbie (2002), existe una fundada preocupación acerca de los tipos de trabajo y las culturas del trabajo fomentadas por ese tipo de discurso. En el ámbito de la economía política, las industrias creativas son neoliberalismo en su forma más pura (Miller, 2002).

Las polémicas más generales suscitadas por las industrias creativas han tenido mucho que ver con el hecho de que la propuesta de redactar políticas sobre industrias creativas ha sido estudiada y adoptada por una amplia gama de actores gubernamentales y de otro tipo durante diez años desde que en 1998 el gobierno británico esbozara

por primera vez su marco. La brecha existente entre el entusiasmo con el que han sido adoptadas en los círculos responsables de diseñar políticas en muchas partes del mundo y a todas las escalas (nacional, estatal, regional, intergubernamental) y la profunda oposición que han suscitado en los círculos académicos, las distingue como uno de los ejemplos contemporáneos más importantes de la separación entre política y crítica, tema sobre el que escribí a principios de la década de 1990 (Cunningham, 1992).

Las críticas a las industrias creativas se pueden resumir (como han hecho por ejemplo Banks y O'Connor (2009)) en las siguientes acusaciones: constituyen un relato economicista de la cultura; contienen incoherencias de definición con las consiguientes consecuencias para la obtención de datos y la realización de pruebas; idealizan el trabajo 'creativo' y, sobre todo, su adaptación fuera del país que las originó constituye un imperialismo implícito por la exportación del concepto y de su implantación real a escala mundial.

Este artículo trata de responder a esas críticas.

## 2. ¿CHOQUE DE CULTURA Y ECONOMÍA?

Dos de los críticos más mordaces de la 'narrativa simplista de la fusión de cultura y economía', en el ámbito de los estudios académicos sobre cultura, medios y comunicación, son Garnham (2005) y Miller (2009; 2002).

La crítica de Garnham se centra en un exhaustivo comentario sobre el linaje intelectual de la sociedad de la información y sus funestos vínculos con las industrias creativas: Daniel Bell y el post-industrialismo, las teorías schumpeterianas de la economía de la innovación y la información; servicios y post-fordismo y el argumento sobre las 'tecnologías de la libertad' de Sola Pool. Las ideas sobre las industrias creativas son una especie de caballo de Troya mediante el cual el legado intelectual y el bagaje tecnocrático de la sociedad de la información van infiltrándose en el ámbito de las prácticas culturales, corrompiendo las justas demandas de éstas de subvenciones y fondos públicos, colocándolas erróneamente al mismo nivel que ámbitos tales como los servicios empresariales, las telecomunicaciones y las llamadas a favor de un aumento general de la creatividad. Garnham fundamenta su argumento en el imperativo normativo de volver a centrar las políticas de 'industrias culturales' en la distribución (crítica del conglomerado multimedia) y en el consumo (facilitar el acceso y la equidad en el mercado popular de la cultura) del que fue el principal defensor en la década de 1980 (Garnham, 1997/1987).

Garnham tiene razón al decir que la idea de las industrias creativas se refiere a la relación de la cultura con los discursos sobre información, conocimiento e innovación. Se equivoca al asumir que éstos superan a aquella en todos los casos o que en realidad hay que considerarlo un juego de suma cero. Cuando examinamos la adopción de las industrias creativas en el mundo encontramos dos variaciones clave a lo

que dice Garnham. La primera es el espectacular abandono de un supuesto triunfalismo dirigido desde las alturas por el Gobierno. En casi todos los casos en que se ha introducido este tipo de industria, se ha hecho de forma provisional y a modo de tanteo, teniendo en cuenta diversas variaciones regionales y adaptaciones a las circunstancias locales. Es la propia falta de certeza —a pesar del ‘se supone que ya sabemos y que por lo tanto podemos dar por sentado lo que son las industrias creativas y por qué son importantes, razón por la cual se merecen que existan iniciativas para crear políticas que las apoyen’ (Garnham, 2005, p. 16)— la que ha acarreado una constante lucha de definiciones, el constante replanteamiento de lo que es importante en las industrias creativas en general, un fermento productivo más que una certeza predeterminada.

La segunda es que el ‘indiscutido prestigio que se atribuye en la actualidad a la sociedad de la información y a cualquier política que supuestamente favorece su desarrollo’ (Garnham, 2005, p. 20) no goza de aceptación general. Cuando lo es, adopta dos formas. En la primera, en los países desarrollados, la cuestión consiste tanto en suavizar la orientación tecnocrática de la sociedad de la información como en trasladar el discurso sobre las industrias creativas más allá del sector cultural y mediático e introducirlo en los campos de la economía creativa y del contenido digital. En la segunda forma, adoptada en los países del sur global, se trata de potenciar el apoyo al desarrollo de la infraestructura básica, cuyo ‘indiscutido prestigio’ no puede darse por sentado en absoluto sino que sigue en proceso de construcción. Las variaciones que identifiqué a escala mundial en lo que concierne al tema de las industrias creativas son cuatro, correspondientes a cuatro bloques continentales: Estados Unidos, Europa, Asia y el sur global en el apartado del presente artículo que lleva por título: *Adaptación de las políticas: ¿una hegemonía internacional?*

Para Miller, la posición de los estudios críticos respecto a las políticas culturales se ha convertido en el punto de referencia para juzgar en la actualidad la medida en que el enfoque de las industrias creativas no alcanza una trascendencia aceptable. Miller coincide con Garnham al considerar que las industrias creativas son un producto ‘neoliberal’. Sin embargo para Miller la alternativa no es necesariamente regresar a la época de las industrias culturales de la década de 1980 en Occidente, sino el desplazamiento espacial hacia lo que considera como la «política cultural ejemplar» del activismo cultural latinoamericano. Recomendaba programas de educación y participación a través de ‘la lente de la subalternidad y las identidades sociales locales y transterritoriales haciendo hincapié en la política cultural’. Con un llamamiento claro y sonoro a permanecer ‘decididamente independientes’, Miller invita a la comunidad de los estudios culturales que participe en los movimientos sociales avanzados en lugar de relacionarse con el capital corporativo.

Este tipo de críticas van dirigidas a las implicaciones ideológicas o políticas del discurso de las industrias creativas. A mi parecer, el tosco pensamiento binario de una trascendencia aceptable y de una postura de tinte neoliberal impide cualquier tipo de

compromiso productivo con la amplia gama de matices ideológicos de los gobiernos, corporaciones, movimientos sociales y burocracias. Esto en parte recoge lo que el propio Garnham sostenía en el número inaugural del boletín sobre Estudios Culturales en la década de 1980: las aspiraciones y necesidades culturales de la mayoría son satisfechas —para bien y para mal— por el mercado en forma de bienes y servicios.

Una solución a este callejón sin salida ideológico es centrarse en una característica clave del discurso de las industrias creativas: el enfoque ‘empresarial’ al desarrollo de negocios creativos. Este enfoque pretende tener en cuenta el gran predominio de pequeñas empresas o de entidades semejantes a pequeñas empresas que pueblan el sector en la mayoría de países y aborda lo que entre nosotros podríamos llamar los ‘subalternos económicos’. Se trata de un sector que funciona con márgenes estrechos y se enfrenta a elevados índices de fracaso; necesita formas flexibles y en muchos casos experimentales que deberían ser facilitadas por el Estado mediante políticas fiscales, jurídicas, laborales *ad hoc* y raramente figura en el radar de las políticas culturales de los gobiernos. La cuestión es que gran parte del sector de las empresas creativas independientes (juegos, diseño, desarrollo de páginas Web, moda, música, audiovisual) está organizado de este modo y abarca lo comercial y lo subvencionado, complicando el pensamiento binario que trata de excluir lo comercial de todo lo que no sea crítica. El espíritu empresarial de la pequeña empresa y las políticas que la apoyan, tienen que vérselas a menudo con intereses creados mucho más poderosos y que yo anteriormente he denominado *Big Culture*, *Big Business* y *Big Government* (la cultura con mayúsculas, los negocios con mayúsculas y el Gobierno con mayúsculas) (Cunningham, 2002).

Desde esta perspectiva, los límites de la crítica cultural marxista resultan más nítidos. Sostengo que los problemas a los que da lugar el capitalismo no son resultado del ejercicio clásico de poder y hegemonía característico de la fase monopolista del capitalismo, sino de la ‘destrucción creativa’ de dicha fase. La famosa frase de Schumpeter refleja el concepto de ‘capitalismo desorganizado’ de Lash y Urry (1987), o la afirmación de Robert Reich (2007) de que las grandes corporaciones tienen mucho menos poder ahora que hace tres decenios.

La consecuencia es que existe la necesidad de explorar una ‘vía intermedia’ económica en los debates acerca de la naturaleza emergente de la economía creativa, situada entre la subvención de las artes y los modelos de economía política de la ‘narrativa’ de la relación entre cultura y economía. Esto implica un énfasis schumpeteriano en la economía de empresa o empresarial (Cunningham, Banks & Potts, 2008). En su libro de 1942 *Capitalismo, Socialismo y Democracia*, Schumpeter sostenía que Marx no tenía una ‘teoría adecuada de la empresa’ y era incapaz de ‘distinguir al empresario del capitalista’. Schumpeter ‘hablaba del capitalismo de la manera en que la mayoría de la gente lo vivía: como deseos de consumir suscitados por una publicidad inagotable; como forzosas sacudidas encima y debajo de la jerarquía social; como metas alcanzadas, destruidas, alteradas y vueltas a alcanzar una

vez más a medida que la gente lo intentaba de nuevo'. Sabía que 'la destrucción creativa impulsa el crecimiento económico pero que también destruye valores humanos apreciados'. Thomas McCraw, el biógrafo más reciente de Schumpeter, dice que éste llegó a elucidar lo que 'realmente es el capitalismo' (citado en McCraw, 2007, p. 349; McCraw, 2007, p. 6).

Este enfoque nos permite apreciar mejor lo que está sucediendo en esta fase de cuestionamiento de los modelos consagrados de producción, difusión y consumo en los campos cultural y mediático que ofrecen los nuevos modos móviles y digitales interactivos y basados en Internet de comunicación y distribución. Actualmente existe una auténtica oleada de propuestas, análisis y pronósticos que abordan esta cuestión. Chris Anderson (2006) y Mark Pesce (<http://www.mindjack.com/feature/piracy051305.html>) exponen las limitaciones de la mentalidad 'mercado de masas' y cómo éstas pueden subsanarse aprovechando la economía *long tail* y la 'hiperdistribución' propiciadas por Internet. Charles Leadbeater (2008) analiza los diversos ámbitos en los que funciona el poder de la creación y comunicación colectivas trabajando en red. Estudios recientes de Henry Jenkins (2006) y Yochai Benkler (2006) parecen indicar que la participación de los consumidores en nuevas prácticas de producción mediática genera actualmente un gran valor cultural y económico. La producción mediática puede estar pasando de ser un modelo industrial cerrado a una red más abierta en la que los consumidores son ahora cocreadores participantes de productos culturales mediáticos. Henry Jenkins nos recuerda que esto no es únicamente un resultado directo de la tecnología sino un importante fenómeno cultural en el que estamos viendo lo que sucede cuando los medios de la producción y distribución culturales coevolucionan entre el productor, el agregador de contenidos y el usuario.

En lugar de tratar de zanjar la cuestión de hasta qué punto es significativo el desafío para nuestro tiempo recurriendo al tópico marxista de que el capitalismo monopolista triunfará *siempre ya*,<sup>1</sup> lo que hace falta es explorar las nuevas oportunidades de creación y distribución de contenido cultural creativo que aparecen en este turbulento espacio y analizar nuevas teorías que traten de estas nuevas realidades emergentes.

Es importante expresar, a la luz de estas críticas, una orientación de valor que relacione el debate teórico con el ámbito práctico del desarrollo de políticas. Esto podría resumirse de la siguiente manera: ¿cuáles son los marcos de las políticas que pueden ayudar a florecer a la cultura emergente, así como a la establecida y dominante? Responder a esta cuestión exige un reconocimiento de que los aparatos del estado para crear políticas son normalmente de orientación tecnocrática y controladora en el sentido de que interactúan con actores no gubernamentales —analistas de

---

<sup>1</sup> *Always-already* en el original inglés, traducción del *immer-schon* de la hermenéutica alemana: estamos 'siempre-ya comprendiendo en el lenguaje. En el texto, tiene sentido de lo inevitable, de que siempre es demasiado tarde cuando nos apercebimos, porque, como el lenguaje, el capitalismo es el que manda.

políticas incluidos— y tienen que tratar con grandes grupos de presión empresariales eficaces y bien organizados, especialmente en el ámbito de las comunicaciones y los medios. La Política y la Industria a veces tienen una escasa comprensión de las dimensiones del cambio social y cultural en la esfera del consumo y la producción cultural. Dicho cambio cada vez plantea desafíos más importantes a la política y la industria actuales, y no sólo en los campos culturales y mediáticos. Se están desdibujando también los límites estructurales que existían entre consumo y producción del antiguo modelo lineal en los que se basaban gran parte de los estudios académicos sobre medios, cultura y comunicación. Estas culturas en vías de expansión suponen una clara amenaza para los modelos de las grandes empresas, así como para muchos responsables de producción, que por lo general, dependen del poder de distribución de las grandes empresas para trasladar su producto al mercado.

Estos principios y percepciones pueden ir acompañados de una orientación que permita valorar el seguimiento y promoción del cambio social y cultural que abarque el empoderamiento del ciudadano-consumidor, aunque sin perpetuar una brecha doctrinaria entre los aspectos consumidor y ciudadano de dicho empoderamiento. Esta postura evoca, evidentemente, los matices de muchos debates importantes contenidos en los estudios culturales y de economía política. La obra de John Fiske (1989), John Hartley (2002), Nicholas Garnham (1990), Peter Holding y Graeme Murdock (1997) y muchos otros, son aquí los puntos de referencia para dilucidar dónde se encuentra el equilibrio entre el área de las organizaciones sociales y de contenido y el área de propiedad, control y estructura. Debido a su naturaleza, dichos debates fundacionales no pueden ser sumariamente resueltos; de hecho, suelen estar estructurados para ser irresolubles en la práctica.

Pero la cuestión en cuanto a las políticas sociales y culturales es promover y crear alineaciones de interés entre culturas empresariales de la pequeña empresa, el sector sin ánimo de lucro, la cultura apoyada por el Estado en el campo cultural y de la comunicación, como la televisión pública y otros elementos, corporaciones comprometidas con la responsabilidad social empresarial, prácticas laborales y estrategias de inversión progresistas; y movimientos culturales sociales o participativos ‘hágalo usted mismo’.

La mayoría de críticos del concepto de industrias creativas lo consideran una especie de caballo de Troya capaz de corromper la justa demanda de ayuda a la cultura mediante un economicismo adverso. Podría sin embargo ser considerado como la apertura de la hasta ahora osificada relación entre economía y cultura; una relación que ya no tiene por qué seguir estando limitada a las cuestiones de las artes y fallo del mercado (escasez de producción de bienes meritorios) o a los fundamentos de la regulación y creación de pautas culturales por el Estado. Existe en cambio un interés por el papel de los medios, la cultura y las comunicaciones para generar cambio y crecimiento en lo que Schumpeter denominó el motor del capitalismo. Entrar en contacto con la escuela heterodoxa de la economía evolutiva (la fuente intelectual de muchas ideas sobre innovación) puede, tal vez, irónicamente, hacer que volvamos a plantearnos

muchas cuestiones estimulantes de nuestro campo: ¿cuáles son los auténticos avances en los sectores de los medios y las comunicaciones (incluyendo los avances estéticos)?, ¿cómo los mediríamos y cuáles han sido sus efectos? Se trata sin duda de cuestiones de valor cultural, de las que casi nunca se han desviado los debates.

De hecho, las adecuadas relaciones entre el ámbito económico y cultural pueden rastrearse mejor a medida que evolucionan a su vez las formas culturales en tanto que normas sociales e industriales. Desde mediados del siglo XX, el Estado se ocupó de abordar el fallo del mercado afirmando el papel que desempeñan las artes para mejorar moralmente a las personas (los valores expresados por las artes no pueden nunca, en última instancia, reconciliarse con los del mercado). Luego se dedicó regular y apoyar lo que llegó a ser conocido como las industrias ‘culturales’ (el valor cultural popular estaba personificado de manera significativa en los productos y servicios de estas industrias pero necesitaban protección contra la nivelación del valor cultural ejercida por el mercado). A continuación, el fuerte crecimiento del sector creativo condujo a las estrategias de desarrollo de la ‘industria creativa’ basadas en la buena salud de los tradicionales indicadores macroeconómicos (PIB, empleo, crecimiento de la exportación) y microeconómicos (sostenibilidad empresarial) y a los comienzos de la integración de la actividad cultural en la economía de servicios intensivos en conocimiento. Más tarde, la crisis de los modelos de negocio de los medios de comunicación de masas y la rápida coevolución de los sectores doméstico y de mercado (la revolución Pro-Am, los mercados de redes sociales, la creatividad como una tecnología social, las políticas de innovación contemporáneas centradas en el capital humano creativo) hacen pensar que la forma de abordar las futuras fuentes potenciales de creación de valor, la naturaleza y estructura de los futuros mercados tendrán mucho que ver con los recursos culturales emergentes de la población.

Cada uno de estos modelos de la relación de lo cultural con lo económico se fusiona y superpone a los otros. Cada uno de ellos tiene una cantidad de valor cultural. Cada uno de ellos se mantuvo en una relación crítica con las formaciones dominantes de su tiempo y cada uno tuvo y tiene, una función potencialmente emancipativa.

### 3. COHERENCIA Y LA CUESTIÓN DE LOS DATOS

No hay duda de que las discusiones sobre qué debe incluirse bajo la definición de «industrias creativas» han limitado su aceptación. Se aprecia casi exasperación en el estudio de Simon Roodhouse sobre lo que llama ‘la tortuosa y retorcida historia de la definición de las industrias creativas, artísticas y culturales’ (Roodhouse, 2001, p. 505). Existen categorías estadísticas y analíticas opuestas, tales como la industria del *copyright*, las industrias de contenidos, las industrias culturales, las de contenido digital, las industrias de las artes y el entretenimiento, etc. Esta confusión de categorías se traduce en que es difícil reunir datos precisos, fiables y oportunos sobre los

sectores. La consecuencia es que los análisis y las intervenciones político culturales son ambiguas, imprecisas y poco efectivas.

En un estudio realizado sobre los problemas que existen con los datos y a los que se enfrentan las industrias creativas, se toma nota de las ‘cuestiones extremadamente difíciles de medición estadística que hay que superar’ (Pattinson Consulting, 2003, p. 6). Estas cuestiones forman parte de problemas más generales como medir de forma eficaz ámbitos que están experimentando importantes cambios debido a la progresiva convergencia de la industria informática, de la comunicación, cultural y de contenidos. Este es el tema de una creciente literatura académica y sobre políticas (por ej., Burns Owens Partnership *et al*, 2006; Pattinson Consulting, 2003; Pratt, 2000, 2004, 2008; Wyszomirski, 2008). Van surgiendo nuevos sectores industriales y laborales de naturaleza híbrida que no encajan fácilmente en las clasificaciones estadísticas al uso. La brecha de 10-15 años que existe entre las actualizaciones de estos tipos de clasificación se traduce en que casi no existen datos industriales y laborales completos y estandarizados correspondientes al fundamental periodo de surgimiento de muchos sectores. Medir la producción y calidad de productos físicos es bastante difícil pero nada comparado con lo que supone medir el número, tamaño y valor del suministro de servicios. Y mucho mayores aún son los desafíos que plantea el tratar de medir el efecto de los servicios de las industrias creativas digitales emergentes sobre otros sectores de la economía.

Una vez reconocido el grado de dificultad al que se enfrentan todas las administraciones supranacional, nacional y subnacional, habría que añadir que se están haciendo progresos y que ya se están obteniendo datos más fiables, estadísticamente válidos para el desarrollo de políticas (ver Higgs y Cunningham, 2008). Se han hecho esfuerzos que han arrojado resultados efectivos a nivel intergubernamental en organizaciones tales como la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE), la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (WIPO) y el Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas (UNDP). A nivel nacional, se han realizado importantes operaciones de registro de datos en Reino Unido, Hong Kong, Singapur, Australia, Nueva Zelanda y Francia, mientras que en otros lugares, estas operaciones se han realizado a nivel subnacional y local. Todos estos esfuerzos concertados se han centrado en sectores específicos de las industrias creativas para determinar su tamaño e impacto sobre la economía en general (por ejemplo, diseño en Ontario, Victoria, Nueva Zelanda y Reino Unido) (Higgs y Cunningham, 2008).

Y al mismo tiempo que el análisis de datos pertinentes, que es esencial para la creación de políticas, se está avanzando en la definición de economía creativa que constituyen la aportación de los propios sectores de las industrias creativas y de los trabajadores creativos a sus economías nacionales (Higgs, Cunningham & Bakhshi, 2008; Higgs, Cunningham & Pagan, 2007; Bakhshi, McVittie & Simmie, 2008).

Los problemas con los datos a los que se enfrentan los analistas y creadores de políticas al tratar de averiguar el tamaño, índices de crecimiento, impacto económico y relaciones con la economía en general de las industrias creativas constituyen una parte integral del fermento productivo que se va manifestando a medida que economías y sociedades cambian rápidamente debido a la digitalización, convergencia, crecimiento de los servicios intensivos en conocimiento y economías basadas en servicios. Las propias dificultades son un indicador de su importancia.

#### 4. PRECARIEDAD LABORAL

Recientemente se ha desarrollado una sólida y floreciente literatura en torno al concepto de precariedad laboral —gran parte de la cual está centrada en las condiciones específicas del ‘trabajo creativo’ (por ejemplo: McRobbie, 2002; Terranova, 2004; Deuze, 2007; Scholz, 2008; Rossiter, 2007; Gill y Pratt, 2008; Ross, 2002, 2006, 2009). Este debate se ha desarrollado en gran medida en forma de crítica ideológica de amplio alcance. Las críticas de la creciente importancia del trabajo creativo en las economías contemporáneas se han centrado en los supuestos conceptos neoliberales de capital humano y mano de obra que impregnan tales *panglossianos* refrendos de formas de trabajo prestigiosas y atractivas aunque también inestables y precarias.

De hecho, en su visión panorámica de la situación de los estudios culturales y mediáticos, Miller (2010) ve el futuro de estas disciplinas centrado precisamente en la mano de obra. Calificando los paradigmas dominantes de ‘engañosamente funcionalistas en sus efectos y en lo que atañe a sus aspectos económico-políticos’ y de ‘engañosamente conflictivos en lo que atañe a los públicos activos’, Miller sostiene que: «Los trabajos realizados acerca de los efectos sobre el público y la economía política han pasado por alto la lucha, la disonancia y el conflicto a favor de una narrativa totalizadora en la que los medios dominan la vida cotidiana (2010, p. 50).

La tercera vía de Miller ‘debería sintetizar y mejorar’ los paradigmas dominantes concentrando los análisis en la situación de los trabajadores. Nos recuerda en tono enérgico que ‘no habrá cultura, ni medios, sin trabajadores. Estos son fundamentales para la humanidad’ (2010, p. 50).

No es difícil apreciar por qué ha surgido este foco de análisis. Forma parte del núcleo de la teoría marxista del trabajo como plusvalía. Este análisis, basado en el creciente empobrecimiento de las masas por los rendimientos decrecientes de escala, tan convincente a mediados del siglo diecinueve cuando la revolución industrial estaba causando su mayor ‘destrucción creativa’, no se ha visto confirmado de ninguna manera. Aunque versiones más recientes del análisis marxista han teorizado que el «empobrecimiento» se ha extendido en primer lugar a las colonias del mundo imperialista y luego, de manera más general, a los países en vías de desarrollo, los trabajadores occidentales se han beneficiado en gran medida del crecimiento del ‘pas-

tel' capitalista. Es esencial por lo tanto para esa teoría analizar atentamente las mejoras globales de las condiciones de los trabajadores para que pongan de manifiesto su hasta ahora oculta precariedad.

Los estudios sobre trabajadores creativos realizados por el Centro que Stuart Cunningham dirige sitúan estas cuestiones en un marco empírico (Cunningham, 2011). Hablando en términos generales, la naturaleza del trabajo en los campos cultural, mediático y de la comunicación incluye actualmente mucha gestión del conocimiento. Este tipo de trabajo se caracteriza porque cada vez se contratan más trabajadores a los que se exige altos grados de movilidad, por la existencia de múltiples vías de acceder al trabajo desde los centros educativos (*career pathways*), porque cada vez hay más oportunidades y desafíos globales y por la disminución de los roles que solían desempeñar los grandes organismos (a veces del sector público) en la mentoría, formación profesional y programas educativos estructurados para los trabajadores creativos. En la mayoría de los casos, las oportunidades de aprender 'con la práctica', que estas organizaciones solían proporcionar, se han reducido de forma significativa.

No hay duda de que los trabajadores creativos se distinguen por algunos rasgos determinantes. Utilizaré algunos de los datos australianos para ilustrarlo. Por ejemplo, de todas las personas empleadas en las industrias creativas australianas en el censo de 2006, el 12% son profesionales independientes en comparación con el 7% global del resto de industrias de servicios. El 60% de los trabajadores en la categoría industrial de *Artistas creativos, músicos, escritores y actores* son autónomos. Hay otros cuatro sectores de industrias creativas que duplican la media del porcentaje de trabajadores autónomos: fotografía, joyería, música (y otras actividades de grabación de sonido) y otros servicios de diseño especializado.

Lo anterior podría respaldar que existe una precariedad característica, pero hay otros datos que vienen a enmarañar el panorama. En comparación con otro tipo de ocupación profesional, especialmente en las profesiones tradicionales, el trabajo creativo se produce en una medida desproporcionada fuera de las propias industrias creativas. En otras palabras, las personas con formación para llevar a cabo trabajos creativos tienen más probabilidades de estar trabajando fuera de los sectores de la industria creativa especializados que dentro de ellos, algo que sucede en la mayoría de países, y que lleva sucediendo durante mucho tiempo. Como hemos visto, el grado de implantación más elevado se da en las numerosas profesiones relacionadas con el 'diseño': el 60% del empleo en puestos de diseño en Australia se produce fuera de los sectores especializados de la industria del diseño.

Como hemos visto en los datos australianos cuando se analizan durante un periodo de tiempo más largo, aunque se ha producido una ralentización del crecimiento entre 2001 y 2006, las industrias creativas han crecido a un ritmo significativamente más rápido que la economía en general. El *Centre for International Economics* (CIE, 2009, p. 7) ha demostrado que, durante once años hasta 2007-08, las industrias creati-

vas se expandieron a un índice de crecimiento anual del 5,8 por ciento, en comparación con el crecimiento del PIB medio del 3,6 por ciento en el mismo periodo. El crecimiento se distribuye entre una amplia gama de sectores de la industria (hay más trabajadores creativos trabajando fuera de las industrias creativas que dentro de ellas), y los creativos están bien pagados (todos los segmentos están por encima de la media nacional exceptuando la música y las artes escénicas). Fuera de estos estudios, también se ha establecido que los trabajadores creativos tienen por lo general un nivel educativo considerablemente más alto que el resto de trabajadores.

Suponiendo que se pueda generalizar de algún modo a partir de estos datos, será para concluir que los trabajadores creativos comparten una serie de características de los trabajadores del conocimiento en general. Aunque pueden tener sus propias particularidades en cuanto al grado de ‘flexibilidad’ encontrado en su mercado laboral, los trabajadores creativos también suelen estar por general bien remunerados por sus servicios (lo cual completa en gran medida la imagen que se suele tener de los trabajadores creativos basada en el artista independiente típico) y disponen de posibilidades de movilidad debido a sus niveles de cualificación y experiencia en trabajos basados en proyectos. Sin embargo, como vimos en el debate del método del tridente creativo<sup>2</sup>, ello no evita en modo alguno la necesidad de solucionar el problema endémico de los ingresos de los artistas.

Un panorama más global de la precariedad del trabajo creativo en la actualidad vendría dado por la comparación con los problemas a los que se enfrentan quienes trabajan en sectores cuya demanda de trabajo está disminuyendo (agricultura), o quienes sufren importantes reestructuraciones debido a desafíos a largo plazo tales como el cambio climático (minería), o quienes padecen explotación debido a estructuras de bajos salarios y escasa cualificación laboral (mano de obra emigrante, trabajadores a destajo, sectores de servicios mal pagados). Se puede decir que estos sectores de trabajadores se enfrentan a un futuro mucho más precario que los trabajadores creativos. Además, nuestros estudios parecen indicar que los trabajadores creativos analizados no muestran por lo general los perfiles atribuidos a este tipo de trabajadores por la escuela de la precariedad de los estudios académicos culturales y mediáticos. Debemos asumir que una gran mayoría de creativos ha sorteado la precariedad trabajando fuera de las industrias creativas.

Creo que el debate sobre la precariedad laboral tiene profundas implicaciones pedagógicas en nuestro campo. Me parece que es una cuestión fundamental de la ética pedagógica refinar las posturas críticas en las tradiciones disciplinarias de los estudios académicos sobre cultura, medios y comunicaciones para tener en cuenta las aspiraciones profesionales, tendencias del lugar de trabajo y la estructura general de la economía en las que los estudiantes se moverán y en las que buscarán oportunidades profesionales. Es fundamental dar a conocer a los estudiantes la naturaleza

<sup>2</sup> ‘Creative trident’ método desarrollado por Cunningham y Higgs (Cunningham and Higgs, 2008).

del trabajo y de la mano de obra, hacerles analizar el concepto de *portfolio career*—realizar múltiples trabajos a tiempo parcial para diferentes patronos— el trabajo por cuenta propia y la multiplicidad profesional esperada de la vida laboral de una persona, especialmente en estos campos. Debe haber un equilibrio entre los análisis del ‘vaso medio lleno’ y el ‘vaso medio vacío’. Las condiciones de la precariedad laboral, que es un tema de investigación cada vez más frecuente en los estudios sobre comunicación, tienen que ser abordadas como una realidad de nuestro tiempo y dejar de ser celebradas o criticadas sin más.

El estudio clave de las industrias creativas ha sido editado por un equipo liderado por John Hartley (2005). Junto a análisis de lo más laudatorio y análisis imparciales, el libro presenta el trabajo de Angela McRobbie sobre tendencias de empleo exclusivistas en las industrias creativas; el de Toby Miller y sus colegas sobre algunas de las lecciones sobre política laboral que hay que extraer de su estudio sobre el *global Hollywood*, así como los vínculos del discurso de las industrias creativas con la política de los movimientos sociales (Graham Meikle, Geert Lovink) y el multiculturalismo (Canclini). Podría haber incluido también el trabajo de Andrew Ross (2002, 2006) sobre la naturaleza explotadora del trabajo en la nueva economía.

Sin embargo, gran parte de la crítica de las condiciones laborales en las industrias creativas (y otras áreas de los servicios intensivos en conocimiento) incluye la suposición poco verificada de que las condiciones en el pasado eran claramente mejores y que debería ser posible regresar a ellas—si se pudiera eliminar la dinámica de la globalización económica—. Pero creo que ni la pasta de dientes puede ser devuelta al tubo ni el huevo dejar de estar revuelto. La naturaleza del trabajo en los campos de la cultura, los medios y la comunicación, como sucede en muchos campos del trabajo del conocimiento en la actualidad, se caracteriza por la mano de obra contratada en condiciones precarias, por las múltiples trayectorias profesionales, por los crecientes desafíos y oportunidades globales y por la disminución de los papeles que solían desempeñar los grandes organismos (a veces del sector público) en la formulación y apoyo, formación profesional y programas educativos estructurados para los trabajadores creativos. En la mayoría de los casos, las oportunidades de aprender ‘con la práctica’ que estas organizaciones solían proporcionar, se han reducido de forma significativa.

La crítica a la precariedad laboral me recuerda un poco el tono mordaz de David Gauntlett (2000); y Gauntlett y Horsley, 2005) cuando escribe sobre los académicos descubriendo con retraso en los estudios que realizan sobre medios lo que ha sido evidente para sus alumnos durante mucho tiempo acerca del ámbito *online*. Me parece que incluir en los planes de estudios culturales, mediáticos y de comunicaciones las capacidades prácticas y analíticas (incluyendo el conocimiento y competencias ‘de izquierdas’ acerca de los derechos laborales y los conocimientos básicos de la responsabilidad corporativa o la falta de ella, por ejemplo, y los conocimientos y la confianza ‘de derechas’ en las oportunidades globales de la ‘clase creativa’) constituye un equilibrio manifiestamente necesario entre la crítica y el realismo profesional.

## 5. ADAPTACIÓN DE LAS POLÍTICAS: ¿UNA HEGEMONÍA INTERNACIONAL?

Anteriormente he hecho referencia a la acusación que hace Garnham de triunfalismo hegemónico en el discurso de las industrias creativas: ‘Se supone que ya sabemos, y que por lo tanto podemos dar por supuesto lo que son las industrias creativas, por qué son importantes y merecen por ello que existan iniciativas para crear políticas que las apoyen’ (Garnham, 2005, p. 16). Sin embargo, cuando las industrias creativas se examinan de cerca, en casi todos los casos aparece que su aceptación ha sido provisional y de tanteo, teniendo más en cuenta la variación regional y la adaptación a las circunstancias locales. El discurso de las políticas, particularmente aquel que se ha desplazado tan extensa y rápidamente como las industrias creativas, reunirá inevitablemente diferentes bases de pruebas, intereses y esquemas explicativos. (Lo he denominado un lenguaje ‘espeso en ideas’ en lugar de ‘rico en ideas’ (Cunningham, 1992, p. 35).) Son las interacciones entre los elementos opuestos lo que determinan si se puede decir que el discurso de una política tiene efectos útiles o perjudiciales —efectos que no deberían ser supuestos con antelación—.

En líneas generales podemos identificar diversas variantes globales en el desarrollo mundial de las industrias creativas (Cunningham, 2009). En Estados Unidos, el amplio campo sectorial sigue estando dividido en industrias de artes y cultura por un lado y, en industrias de *copyright*/entretenimiento por otro. Wyszomirski nos recuerda que la hegemonía de EE.UU. en el sector del entretenimiento existe normativamente a escala nacional, mientras que a escala regional, estatal y local, las políticas que respaldan las industrias creativas luchan por ganarse espacio, aceptación y respaldo como en la mayoría de países. La autora muestra que los debates sobre las industrias creativas (que muchos han supuesto que no son necesarios ni tenidos en cuenta en EE.UU.) han comenzado a dejar su huella: la aparición de un lenguaje al mismo tiempo más centrado en la cultura como una forma de vida en sí misma pero mucho más amplia que las artes tradicionales ha provocado un cambio importante en el pensamiento político pasando de ser ‘un sector dañado por los costes, pobre en recursos y necesitado de subvenciones a una serie de activos comunitarios capaces de impulsar el desarrollo local’ (2008, p. 203). El impulso para la adaptación de la idea de industrias creativas ha provenido del extremo del espectro de las artes subvencionadas y es decididamente a escala subnacional donde se lleva a cabo. Este planteamiento suele encontrarse a menudo combinado con estrategias de desarrollo regional y municipal y basado en el lugar, inspirado por la obra de Richard Florida (2002) sobre grupos, clases, ciudades y entornos creativos.

Las variantes europeas sobre la idea de industrias creativas tienden a subrayar un mayor grado de ventajas para la comunidad y de estrategias de integración social de lo que resulta evidente en los planteamientos originales del Reino Unido. Cuando se consideran las TIC en este contexto, lo que es objeto de atención es su aceptación so-

cial y cultural tanto como su potencial como motor económico. El importante estudio de 2006 de la Comisión Europea *The Economy of Culture in Europe*, analiza los vínculos entre cultura, creatividad e innovación. Gran parte de su énfasis proviene de que el desarrollo cultural sirve como herramienta de integración social y de cohesión territorial. Las diferencias se producen entre estrategias de renacimiento de ciudades, entre el discurso británico sobre economía creativa y el vasto patrimonio cultural de las regiones europeas y no en torno al prestigio de la sociedad de la información. Aunque esta última es bien visible en los organismos supracionales más importantes (Comisión Europea, Unión Europea, OCDE), este tipo de desarrollo de políticas no es, y no puede ser, tan normativo ('de arriba abajo') como los programas y políticas sobre industrias creativas del gobierno central aprobados en el Reino Unido.

Muchos países asiáticos han adoptado la idea de industrias creativas aplicando formas que la han librado definitivamente de su toque anglosajón. El cuidadoso seguimiento que han hecho Kong, Gibson, Khoo y Semple (2006) del modo en que ha sido adaptado el discurso sobre industrias creativas a los contextos locales de China, Singapur, Hong Kong, Corea del Sur, Taiwán, Japón, e India muestra que las industrias creativas funcionan de manera intermitente y, a veces, de forma incoherente o contradictoria y resalta especialmente el conjunto de las circunstancias políticas y socioeconómicas nacionales. Se podría mantener que se trata de un signo de dinamismo, no de una incapacidad de alcanzar el ideal platónico de un modelo de política racional-exhaustivo. A la luz del argumento de Garnham, solamente Hong Kong incluye de forma explícita las industrias de *software* e informática como un sector clave de las industrias creativas. En Singapur por ejemplo, el discurso ha sido utilizado para comenzar a desplazar, o al menos complementar, el prestigio de las TIC —que hasta ahora han mantenido un dominio indiscutido en la ciudad estado conocida por su tecnocracia normativa. 'Industrias creativas' ha llegado a significar un énfasis bastante radical en el pensamiento creativo y la resolución de problemas así como un desafío para los consagrados modelos educativos confucianos y un nuevo hito en el prestigio del esfuerzo artístico.

El discurso de las industrias creativas en los países del sur global debe incorporar los temas del patrimonio cultural, la mitigación de la pobreza y la infraestructura básica, como condiciones previas para que resulte provechoso. En los países del sur global, este discurso puede utilizarse para aumentar el apoyo al desarrollo de la infraestructura básica, tanto cultural como en TIC —el 'prestigio indiscutido' de estas últimas no puede darse en absoluto por supuesto—. Es a estas regiones a las que dedican su atención agencias de Naciones Unidas como UNESCO, WIPO, UNCTAD, y el Programa de Desarrollo de las Naciones Unidas (UNDP) para la cooperación sur-sur. El Convenio de la UNESCO sobre Protección y promoción de la diversidad de expresiones culturales y su iniciativa internacional la Alianza global para la diversidad cultural posicionan a las industrias creativas como 'vehículos de identidad cultural que desempeñan un papel importante para impulsar la diversidad cultural' (UNESCO y

Alianza Global 2005). La misión de UNCTAD y UNDP de mitigar la pobreza gracias a la mejora de las oportunidades comerciales se funda en un capital humano creativo inalienable como motor económico fundamental. Esto se puede apreciar claramente en las comparaciones entre países desarrollados y en vías de desarrollo (y en particular los menos desarrollados) contenidas en el Informe 2010 sobre Economía creativa más reciente de las agencias de la ONU encargado de rastrear las oportunidades de desarrollo económico para el mundo en vías de desarrollo (UN 2010).

## 6. OBSERVACIONES FINALES

Las industrias creativas han evolucionado en los últimos diez años de estar limitadas a sectores específicos a ser consideradas agentes creativos generadores de cambio e innovación y a adoptar niveles de aceptación y relevancia considerables en muy distintos países del mundo. Más que una crítica platónica racional-integral que lanza invectivas contra su incoherencia, podemos encontrar en el discurso pruebas de fermento creativo en la medida en que el lenguaje de las políticas trata de aunar la producción y el consumo en las nuevas condiciones de globalización económica. En lugar de apagarse tras la ‘enrollada primavera británica de Blair’ de hace diez años, la idea ha evolucionado y se ha difundido: su aceptación en los centros de poder de Asia, su reformulación en torno a la ‘economía creativa’ y su incorporación a los programas de las agencias de la Naciones Unidas hacen pensar que su adolescencia será pendenciera.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDERSON, C. (2006): *The long tail: Why the future of business is selling less of more*. New York: Hyperion.
- BAKSHI, H., MCVITTIE, E. & SIMMIE, J. (2008, March): *Creating innovation: Do the creative industries support innovation in the wider economy?* London: NESTA.
- BANKS, M. AND O’CONNOR, J. (2009): Special Issue: After the creative industries. *International Journal of Cultural Policy*, 15: 4, November.
- BENKLER, Y. (2006): *The wealth of networks*. New Haven: Yale University Press.
- BENNETT, T. (1998): *Culture: A reformer’s science*. St Leonards: Allen & Unwin.
- CIE (Centre for International Economics) (2009): *Creative Industries Economic Analysis Final Report*, prepared for Enterprise Connect and the Creative Industries Innovation Centre), 30 June. <[http://www.enterpriseconnect.gov.au/OurServices/Documents/Economic%20Analysis\\_Creative%20Industries\\_Final%20Report\\_240909.pdf](http://www.enterpriseconnect.gov.au/OurServices/Documents/Economic%20Analysis_Creative%20Industries_Final%20Report_240909.pdf)> last accessed 23/02/2010
- CUNNINGHAM, S. (1992): *Framing culture: Criticism and policy in Australia*. St Leonards: Allen & Unwin.
- (2002): Book Reviews [Review of the book *Culture in Australia: Policies, publics and programs*]. *International Journal of Cultural Studies*, 5 (2), 253-256.

- (2009): 'Trojan horse or Rorschach blot? Creative industries discourse around the world', *International Journal of Cultural Policy*, 15: 4, 375-386.
- (2011): 'Developments in Measuring the Creative Workforce', *Cultural Trends 2011* Vol. 20, No. 1, March, 25-40.
- CUNNINGHAM, S., BANKS, J. y POTTS, J. (2008): Cultural economy: The shape of the field. In H. Anheier & R. Isar (Eds.), *Cultural economy*. United Kingdom: Sage.
- DEUZE, M. (2007): *Media work*. Cambridge: Polity Press.
- EUROPEAN COMMISSION (2006): *The economy of culture in Europe* [online]. European Commission Directorate-General for Education and Culture. Kea European Affairs, Media Group (Turku School of Economics) & Mkw Wirtschaftsforschung GmbH, 2006. Available from: [http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc873\\_en.htm](http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc873_en.htm) [Accessed 4 May 2007].
- FISKE, J. (1989): *Reading the popular*. Boston: Unwin Hyman.
- FLORIDA, R. (2002): *The rise of the creative class*. New York: Basic Books.
- GARNHAM, N. (1990): *Capitalism and communication: global culture and the economics of information*. London: Sage.
- (1997): *Concepts of culture: Public policy and the cultural industries* in Ann Gray and Jim McGuigan (Eds.), *Studies in Culture: An Introductory Reader*. London: Arnold. (Original work published 1987).
- (2005): From cultural to creative industries: An analysis of the implications of the creative industries approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International Journal of Cultural Policy*, 11, 15-29.
- GAUNTLETT, D. (Ed.). (2000): *Web.studies: re-wiring media studies for the digital age*. London: Arnold.
- GAUNTLETT, D. y HORSLEY, D. (Eds.). (2004): *Web studies London*: Arnold.
- GILL, R. & PRATT, A. (2008): The Social Factory?: Immaterial Labour, Precariousness and Cultural Work. *Theory, Culture and Society*, 25(7-8), 1-30.
- GOLDING, P. y MURDOCK, G. (Eds.). (1997): *The political economy of the media*. Cheltenham: Edward Elgar.
- HARTLEY, J. (2002): *Communication, cultural and media studies: the key concepts*. London: Routledge.
- HARTLEY, J. (Ed.). (2005): *Creative Industries*. Malden, MA: Blackwell.
- HIGGS, P., CUNNINGHAM, S. y PAGAN, J. (2007): *Australia's creative economy: Basic evidence on size, growth, income and employment*. (Technical Report). Brisbane: Faculty Research Office, CCI. Retrieved September 11, 2008, from <http://eprints.qut.edu.au/archive/00008241/>
- HIGGS, P. y CUNNINGHAM, S. (2008): Creative industries mapping: Where have we come from and where are we going? *Creative Industries Journal*, 1 (1), 7-30.
- HIGGS, P., CUNNINGHAM, S. y BAKHSHI, H. (2008): *Beyond the creative industries: mapping the creative economy in the United Kingdom*. London: NESTA. Retrieved September 11, 2008, from <http://www.cci.edu.au/publications/beyond-creative-industries-mapping-creative-economy-united-kingdom-0>
- JENKINS, H. (2006): *Convergence culture: where old and new media collide*. New York: New York University Press.
- KONG, L., GIBSON, C., KHOO, L. y SEMPLÉ, A. (2006): Knowledges of the creative economy: Towards a relational geography of diffusion and adaptation in Asia. *Asia Pacific Viewpoint*, 47(2), 173-194.
- LASH, S. y URRY, J. (1987): *The end of organized capitalism*. Cambridge: Polity in association with Basil Blackwell.
- LEADBEATER, C. (2008): *We-think: Mass innovation, not mass production*. London: Profile Books.
- MCCRAW, T. (2007): *Prophet of innovation: Joseph Schumpeter and creative destruction*. Cambridge Mass.: The Belknap Press of Harvard University Press.
- MCROBBIE, A. (2002): From clubs to companies: Notes on the decline of political culture in speeded up creative worlds. *Cultural Studies* 16 (4), 516-31.
- MILLER, T. (2002): A view from a fossil: The new economy, creativity and consumption - two or three things I don't believe in. *International Journal of Cultural Studies*, 7, 1, 55-65.
- (2009): Can Natural Luddites Make Things Explode or Travel Faster? The New Humanities, Cultural Policy Studies, and Creative In-

- dustries. *Media Industries: History, Theory, and Method*. Ed. Jennifer Holt and Alisa Peiren. Malden: Wiley-Blackwell. 184-98.
- (2010): A future for media studies: Cultural labour, cultural relations, cultural politics. In B. Beaty, D. Briton, G. Filax, & R. Sullivan (Eds.). *How Canadians communicate III: Contexts of Canadian popular culture* (35-53). Athabasca University Press.
- PATTINSON CONSULTING. (2003): *The measurement of creative digital content: A report for the department of communications, information technology and the arts*. Retrieved September 11, 2008, from [http://www.cultureandrecreation.gov.au/cics/Measuring\\_creative\\_digital\\_content.pdf](http://www.cultureandrecreation.gov.au/cics/Measuring_creative_digital_content.pdf)
- PRATT, A. (2000, July): Employment: The difficulties of classification, the logic of grouping industrial activities. Paper presented at the conference *The new cultural map: a research agenda for the 21<sup>st</sup> century*. Bretton Hall, Leeds. Retrieved 11 September, 2008, from [www.lse.ac.uk/collections/geographyAndEnvironment/whosWho/profiles/pratt/pdf/employmentdifficulties.pdf](http://www.lse.ac.uk/collections/geographyAndEnvironment/whosWho/profiles/pratt/pdf/employmentdifficulties.pdf)
- (2004): The cultural economy. A call for spatialized 'production of Culture' perspectives. *International Journal Of Cultural Studies*, 7(1), 117–128. Retrieved August 21, 2008, from Sage Journals Online.
- (2008): Locating the cultural economy. In H. Anheier & Y. Isar (Eds.). *The cultural economy: Cultures and globalization*. London: Sage.
- REICH, R. (2007): *Supercapitalism*. New York: Knopf.
- ROODHOUSE, S. (2001): Have the cultural industries a role to play in regional regeneration and a nation's wealth? In J. Radbourne (Ed.), *Proceedings of AIMAC 2001: 6<sup>th</sup> international conference on arts and cultural management*. Queensland : Faculty of Business, Queensland University of Technology.
- ROSSITER, N. (2007): *Organized networks: Media theory, creative labour, new institutions*. NAI Publishers.
- ROSS, A. (2002): *No-collar: The humane workplace and its hidden costs*. New York: Basic Books.
- (2006): *Fast boat to China: Corporate flight and the consequences of free trade-lessons from Shanghai*. New York : Pantheon Books.
- (2009): *Nice work if you can get it: Life and labor in precarious times*. New York: New York University Press.
- SCHOLZ, T. (2008): Market Ideology and the Myths of Web 2.0. *First Monday* 13(3). Located at <http://www.uic.edu/htbin/cgiwrap/bn/ojs/index.php/fm/article/viewArticle/2138/1945>
- TERRANOVA, T. (2004): *Network culture: Politics for the information age*. London: Pluto Press.
- UN (United Nations Commission for Trade and Development and United Nations Development Programme). (2010): *Creative Economy Report 2010*. Geneva: United Nations. Retrieved May 22 11, 2010, from [http://www.unctad.org/en/docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://www.unctad.org/en/docs/ditctab20103_en.pdf)
- UNESCO, and the Global Alliance for Cultural Diversity. (2005): *Understanding Creative Industries: Cultural statistics for public-policy making* UNESCO and the Global Alliance for Cultural Diversity, 2006, [Online]. Available from: [http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL\\_ID=29947&URL\\_DO=DO\\_TOPIC&URL\\_SECTION=201.html](http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=29947&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html) [Accessed 11 December 2006].
- WYSZOMIRSKI, M. (2008): The local creative economy in the United States of America. In H. Anheier & Y. Isar (Eds.), *The cultural economy: Cultures and globalization*. London: Sage.

---

# *Sector cultural y creativo y riqueza de las regiones: en busca de causalidades*

El concepto de «industrias culturales y creativas» es relativamente reciente. Varios trabajos han tratado de relacionarlo con el bienestar de las regiones. Sin embargo, no hay una doctrina concluyente al respecto. En este artículo se va a construir un marco teórico para interpretar la relación de causalidad entre la generación de riqueza y empleo en los sectores culturales. A continuación, con datos de las comunidades autónomas españolas entre 2000 y 2008, trataremos de comprobar si existe algún tipo de causalidad entre el PIB per cápita de las regiones y la ocupación en las industrias culturales y creativas. Se ha encontrado una conexión significativa entre la variación del PIB per cápita y la variación en la intensidad del empleo en las «industrias creativas». Estas conclusiones, junto con otros resultados paralelos, revelan un efecto significativo sobre el alcance y la funcionalidad de las políticas culturales.

*«Kultura- eta sorkuntza-industrien» kontzeptua berri samarra da. Hainbat lan eskualdeen ongi-zatearekin lotzen saiatu dira. Hala ere, ez dago horri buruzko doktrina eztabaida ezinik. Artikulu honetan, kultura-sektoreetan enplegua eta aberastasuna sortzearen arteko kausalitate-erlazioa interpretatzeko eremu teorikoa eraikiko da. Ondoren, autonomia-erkidegoetako 2000. eta 2008. urteen arteko datuak erabilia, eskualdeen per capita BPGd-ren eta kultura- eta sorkuntza-industrietako okupazioaren artean kausalitaterik dagoen egiaztatzen saiatu gara. Bada, lotura esanguratsua ikusi da per capita BPGd-ren aldakuntzaren eta «sorkuntza-industrietako» enplegu-intentsitatean egondako aldakuntzaren artean. Ondorio horiek eta beste emaitza paralelo batzuek argi islatu dute ondorio garrantzitsua dagoela kultura-politiken irismen eta funtzionalitatearen gainean.*

The 'cultural and creative industries' concept is a new but relevant one. Several previous works have tried to link a more intense presence of these with the regions welfare. However, there is no conclusive one in the literature. In this article, we build a theoretical framework to interpret the causality between richness and employed in cultural sectors, then, using regional data for Spain between the years 2000 and 2008, we focus in testing the relationship between GDPpc and the employment in the 'cultural and creative industries' in order to assess if any kind of causality actually exists. Our results seem promising, having found there is a significant feedback (bi-directional causality) between the variation in the GDPpc and the variation in the employment intensity in the 'creative industries'. These findings, together with other parallel results, reveal a significant effect on the scope and functionality of cultural policy.

**Pau Rausell-Köster\***

*Instituto interuniversitario de desarrollo local (IIDL) y  
Universitat de València*

**Francisco Marco-Serrano**

*(K|P|K – Key Productivity Consulting) y Universitat Jaume I*

**Raúl Abeledo Sanchís**

*Universitat de València*

## **Índice**

1. Introducción. Cultura y riqueza de las regiones
2. Las hipótesis de causalidad
3. Los datos y el método
4. Los resultados
5. Conclusiones
- Referencias bibliográficas
- Anexo

Palabras Clave: empleo cultural, desarrollo económico, riqueza causalidad.

Keywords: cultural employment, economic development, richness, causality.

N.º de clasificación JEL: Z10, O40, C40.

## **1. INTRODUCCIÓN. CULTURA Y RIQUEZA DE LAS REGIONES**

Las «industrias creativas» hacen referencia a un concepto relativamente reciente, que como señalan Potts y Cunningham (2010), resultan más interesantes por su significación en términos dinámicos —es decir por su capacidad de impulsar dinámicas de crecimiento económico y desarrollo— que por su significación estática, a pesar de que ésta es también de creciente importancia pues constituyen un sector cuya dimensión supera en muchos países occidentales, a todo el sector primario, si lo medimos en Valor Añadido Bruto.

A pesar de cierta discusión sobre la definición de las industrias creativas y de los comportamientos diversos de cada uno de los sectores, la literatura científica ha insistido con rigor en las relaciones entre cultura y desarrollo. Desde las afirmaciones más genéricas de Sen (1999), pasando por la fórmula del «cuarto pilar del desarro-

llo sostenible» de Hawkes (2001), hasta las descripciones con concepciones más micro-económicas sobre las ciudades de Florida (2002), se va conformando un cuerpo de conocimientos alrededor del hecho de que la dimensión simbólica de un territorio y cómo se desenvuelven en él las actividades culturales y creativas, afectan a la estructura socioeconómica del mismo y su competitividad mucho más allá de los aspectos ornamentales de la actividad cultural. Sin embargo, las formulaciones finalmente vienen a ser excesivamente imprecisas<sup>1</sup>, y la cultura aparece como variable contextual que lo envuelve todo pero donde es difícil precisar la causalidad de las relaciones (Rausell *et al.*, 2007). Incluso hay autores que ponen muy en duda la relación entre economía creativa y desarrollo<sup>2</sup>.

Sólo muy recientemente se ha desarrollado un corpus teórico que trata de aproximarse con más precisión (Sacco, P.L., 2009; Florida *et al.*, 2008, Hervás-Oliver *et al.*, 2011) a la «caja negra» que conecta las actividades culturales y creativas con la competitividad y el resultado económico de un territorio. Las últimas aportaciones centran su interés en la contribución de las industrias creativas y culturales en el nivel de renta de las regiones (Hervas-Oliver *et al.*, 2011), o llegan a la conclusión de que las industrias creativas son el factor explicativo más relevante para explicar la riqueza de una región. También otros autores enfatizan sobre el amplio rango de efectos de la presencia de los sectores creativos (Baum *et al.*, 2009). Aún constatando que se va construyendo con rapidez una línea argumental que conecta creatividad y riqueza, aún quedan muchas aristas por limar. Precisamente, uno de los objetivos del presente trabajo es profundizar teórica y empíricamente en cómo se conforman las relaciones de causalidad.

Los primeros apuntes sobre la correlación entre creatividad y renta per cápita territorial nos los proporciona una reciente representación del *European Cluster Observatory* (Power y Nielsen, 2010), al presentar la constatación empírica de una fuerte correlación entre la renta per cápita regional y la ocupación en el sector cultural para el conjunto de las regiones de Europa.

La correlación entre el PIB per cápita y la especialización relativa de la población ocupada en los sectores culturales y creativos presentada en dicho trabajo, nos induce a tratar de aceptar o descartar causalidades entre una y otra variables, y en uno y otro sentido. Como es obvio, las implicaciones que para las políticas culturales pue-

<sup>1</sup> «En general, las técnicas de comparación mesoeconómica que realizan estos investigadores son ejercicios descriptivos o correlaciones que no construyen o contrastan los modelos de contribución de la cultura al desarrollo (Markusen y Gadwa, 2010)».

<sup>2</sup> «...El modelo de clase creativa tiene la misma probabilidad que otros de fallar a la hora de desarrollar políticas específicas dirigidas con un fin de prosperidad económica. Nosotros creemos que apoyar la tolerancia para la diversidad es ya de por sí una buena acción. La inversión pública dirigida a incentivar el interés en el arte y las actividades culturales son susceptibles de ser valoradas positivamente, pero ninguna de esas medidas parecería inexorablemente ligada al crecimiento económico». (Reese y Sands, 2008).

dan tener la causalidad entre cultura y crecimiento son notablemente distintas; es por ello que la investigación merece la pena. Si es la riqueza la causa de la intensidad de la ocupación en el sector de la cultura, es evidente que deberíamos dejar de lado las políticas culturales y simplemente dedicar nuestros esfuerzos colectivos a la mejora, sea la vía que sea, de la prosperidad territorial. Si existiera relación causal en sentido contrario, las políticas culturales y todas aquellas otras que tengan que ver con el funcionamiento de los sectores culturales y creativos deberían adquirir mucha más importancia en la acción pública. Ambos enunciados empujan a un cambio significativo sobre el alcance y la funcionalidad de las políticas culturales. A partir de estas premisas, en el apartado segundo se establecen y desarrollan las hipótesis de causalidad, especulando sobre las posibles relaciones socio-económicas que podrían explicar la existencia de las cadenas de efectos anteriormente aludidas. En el tercer apartado presentamos los datos de panel sobre los que trabajamos que se refieren a regiones españolas, entre 2000 y 2008, lo que nos permite, dado nuestro conocimiento previo de las dinámicas de los sectores culturales en dichas regiones (Marco-Serrano y Rausell, 2006) un análisis con un mayor agarre interpretativo. Es sobre estos datos sobre los que se aplicaran los contrastes de causalidad cuyo planteamiento metodológico se desarrolla en el apartado 4. En ese mismo apartado se muestran y comentan las implicaciones de los resultados obtenidos. Finalmente, en el punto 5 concluimos, realizamos algunas reflexiones y anotamos las futuras líneas de avance de esta investigación.

## 2. LAS HIPÓTESIS DE CAUSALIDAD

Tal y como hemos recogido en el apartado anterior, existen fuertes correlaciones entre el nivel de riqueza de una economía y la mayor o menor existencia de las llamadas «clases creativas». Sin embargo, no existen datos fehacientes de que exista una inequívoca causalidad, y mucho menos de la direccionalidad de ésta. Podríamos encontrarnos ante tres situaciones diferentes, las cuales podemos resumir, en realidad, en la concreción de dos premisas o hipótesis a ser contrastadas:

**H<sub>1</sub>:** Las economías con mayor riqueza generan mayor número de empleados en industrias culturales y de la creatividad (ICC).

**H<sub>2</sub>:** Un mayor número de ocupados en las industrias culturales y de la creatividad (ICC) genera mayor riqueza en la economía.

### 2.1. Las regiones más ricas tienen mayor número de ocupados en las industrias culturales y de la creatividad (H<sub>1</sub>)

La línea causal de esta argumentación puede sustentarse fundamentalmente por la vía de la demanda. Es de suponer que las regiones más ricas, dado que son más capaces de generar valor añadido que las de menor riqueza, deben contener más su-

jetos, en términos porcentuales, con altos niveles de formación y renta de forma que constituye un grupo mayor de demanda solvente para bienes y servicios culturales. Todos los estudios de demanda cultural evidencian que para la mayoría de los bienes y servicios culturales las variables determinantes son los niveles de renta y formación en distintas proporciones y significaciones (Ateca, 2009; Palma, Martín y Jaén, 2009; Villaroy y Escardibul, 2010). Por tanto, la riqueza asociada a niveles mayores de formación y renta se convierte en un depósito mayor de demanda latente que posibilita que desde la oferta tengan viabilidad propuestas que ocupan a personas en el sector de la cultura y la creatividad.

Otra vía posible para explicar la causalidad, viene por la distribución del consumo. Ante mayores niveles de renta, tanto a nivel público como privado, mayor proporción de gasto va destinado al consumo de bienes y servicios culturales, ya que estos, también en general, tienen una elasticidad renta superior a la unidad<sup>3</sup>.

También sería posible añadir cierto efecto oferta, ya que, por la acción del sector público, la regiones ricas acumulan mayor *stock* de capital cultural a través de la formación, la dotación de infraestructuras culturales, y a la recuperación y valorización del patrimonio. Como aparece en diversas investigaciones, la dotación del capital público cultural ha crecido no sólo en términos absolutos, sino que a medida que ha crecido el nivel de riqueza en España, dicho capital ha pasado de componer el 1,75% del capital público en España en 1975 a representar el 4,80% en 2005 (Más, M. Cuquerella, V., 2009). La externalidades y las interacciones de dicho mayor *stock* de capital cultural con los agentes y recursos del territorio posibilita mayores grados de ocupación en el sector de la cultura.

La cuestión que nos queda pendiente es determinar a qué velocidad temporal se manifiestan estos efectos. Resulta razonable conjeturar que los impactos por el lado de la oferta se trasladen de manera más pausada ya que requerirán cierta acumulación para conseguir algún efecto, mientras que los que se manifiestan por el de la demanda tardan menos en producir sus efectos.

## 2.2. Las regiones con mayor número de ocupados en las industrias culturales y de la creatividad son más ricas (H2)

Una primera aproximación tiene que ver necesariamente con los mayores niveles de productividad de los sectores culturales y creativos. Como hemos hecho notar para el caso español (Rausell y Marco-Serrano, 2010) la productividad del factor trabajo en los sectores culturales se ha situado en los períodos analizados, por encima

<sup>3</sup> No tenemos constancia de estimaciones empíricas sobre la elasticidad-renta para la totalidad de las industrias culturales y creativas, pero numerosas evidencias parciales existen para el teatro, la ópera, los museos, la música, etc., e incluso para la propia demanda de gasto público en cultura (Gray y Heilbrun, 2000).

de la productividad media de la economía, por lo que una mayor proporción de trabajadores en el sector creativo, implica una capacidad mayor de generar PIB. Es decir se trataría de un sector más, no radicalmente diferente al resto de la economía, pero con mayores niveles de productividad del factor trabajo, por lo que mejoraría los resultados en términos globales en la dimensión de las diferencias de productividad multiplicadas por la dimensión relativa del sector creativo.

**Cuadro nº 1. PRODUCTIVIDAD DE LOS SECTORES CULTURALES Y DEL SECTOR SERVICIOS. 2000-2005.** (en euros)

|                                                      | 2000   | 2001   | 2002   | 2003   | 2004   | 2005   | Tasa<br>Variación<br>interanual |
|------------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|---------------------------------|
| Total sector servicios                               | 30.120 | 30.475 | 31.896 | 32.691 | 33.815 | 34.949 | 3,02%                           |
| Actividades Culturales                               | 35.693 | 35.786 | 36.548 | 38.025 | 38.922 | 39.632 | 2,12%                           |
| Actividades vinculadas<br>a derechos de autor        | 39.241 | 40.456 | 41.747 | 43.367 | 44.769 | 46.272 | 3,35%                           |
| Actividades vinculadas<br>a derechos de autor (OMPI) | 40.553 | 41.617 | 42.787 | 44.334 | 45.768 | 47.249 | 3,10%                           |

Fuente: Encuesta anual de servicios (INE), para el sector servicios. Estimación propia, resto.

En los estudios de Florida *et al.* (2008) se demuestra a partir de aproximaciones empíricas que hay determinadas ocupaciones que afectan de manera más intensa al desarrollo regional. La educación y la salud tienen poco efecto sobre el desarrollo regional, mientras que profesiones como las ciencias de la computación, ingeniería, administración y negocios y operaciones financieras tienen un efecto relativamente grande. Un resultado particularmente interesante es que las ocupaciones artísticas y de entretenimiento ejercen una considerable influencia directa sobre el desarrollo regional.

Sin embargo la formulación sigue siendo vaga e intuitivamente parece que los efectos sean pequeños. Así que resulta necesario encontrar otros mecanismos de transmisión de efectos económicos amplificadores del sector creativo hacia el conjunto de la economía. Para este ejercicio resultan útiles las aproximaciones de Potts y Cunningham (2010) que desarrollan cuatro modelos hipotéticos de relaciones entre las industrias creativas. Especialmente, nos interesan el «modelo 3» y el «modelo 4».

En el «modelo 3» los autores proponen explícitamente una relación positiva entre el crecimiento económico en las industrias creativas y el crecimiento de la economía agregada. En este modelo las industrias creativas son una locomotora de la misma manera que lo fue la agricultura a principios del siglo XX, la industria

manufacturera en la década de 1950 o las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en los años noventa. El argumento fundamental es que las industrias creativas introducen nuevas ideas que luego se filtran a otros sectores productivos (por ejemplo, diseño dirigido), o que las industrias creativas facilitan la adopción y el mantenimiento de las nuevas ideas o tecnologías en otros sectores. Desde la perspectiva de las políticas económicas el argumento es que los políticos deben orientar su atención hacia los sectores culturales no porque sean económicamente significativos en sí mismos sino porque inducen crecimiento en otros sectores. La generación de innovación y su transferencia se convierten en las variables claves para explicar la conexión entre sectores creativos y crecimiento económico. Algunas aproximaciones empíricas para el caso de España (Ruíz-Navarro y Martínez-Fierro, 2010) evidencian que, (a) efectivamente los emprendedores culturales encuentran fuentes de oportunidades diferentes a las de los empresarios del resto de los sectores económicos, (b) resultan más innovadores, y (c) utilizan más intensamente las nuevas tecnologías. Sus conclusiones no pueden ser más obvias para el objetivo que perseguimos: «Los empresarios culturales tienen un impacto económico mayor que los empresarios no culturales, mediante la generación de la innovación, el estímulo del uso de tecnologías más avanzadas y el detectar un potencial de oportunidades de forma idiosincrásica». (Ruíz-Navarro y Martínez-Fierro, 2010).

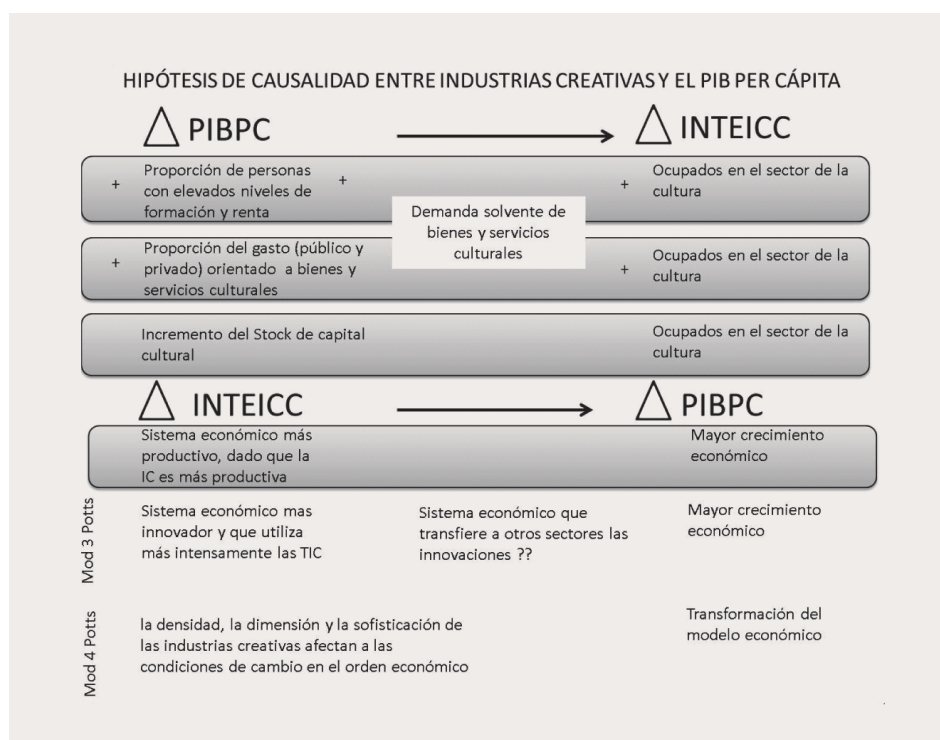
El aspecto que no resulta tan evidente es que efectivamente se dé necesariamente la transferencia desde los sectores creativos al resto de los sectores. Al menos no quedan del todo explicitados cuáles y cómo se articulan esos procesos de transferencia. La literatura ha insistido aquí en los efectos aglomeración que se dan en los espacios urbanos y aquí entra el argumento de las ciudades creativas. A pesar de que el argumento suscita suficiente aceptación y simpatía, de nuevo nos encontramos ante unas afirmaciones que requieren sustentación tanto microeconómica como macroeconómica.

En el «modelo 4», la importancia de las industrias creativas no es en términos de su contribución relativa al valor económico, sino debido a su contribución a la coordinación de nuevas ideas o tecnologías, y así al proceso global de cambio. En este punto de vista, las industrias creativas están mal especificadas como una industria en sí, y es mejor modelarlas como un sistema complejo en evolución, cuyo valor económico radica en que facilita la evolución económica y el proceso de innovación. En este contexto, los cambios en las industrias creativas producen modificaciones estructurales del conjunto del sistema económico. De acuerdo con este modelo, las industrias creativas no impulsan el crecimiento económico directamente, como podría pasar a partir, por ejemplo, del efecto arrastre en el mercado de la vivienda, sino más bien, la densidad, la dimensión y la sofisticación de las industrias creativas afectan a las condiciones de cambio en el orden económico. Si el modelo 4 es cierto, entonces, las industrias creativas forman parte del sistema de innovación, lideran y coordinan el auge del proceso de conocimiento que es la base de la evolución econó-

mica sistémica. En consecuencia, la política sectorial que debe aplicarse al conjunto de las industrias culturales y de la creatividad (ICC) es del tipo de políticas de innovación y no industriales.

Podemos resumir por tanto las hipótesis de causalidad entre PIBpc y ocupados en el sector de las ICC en el gráfico nº 1.

Gráfico nº 1. **HIPÓTESIS DE CAUSALIDAD ENTRE INDUSTRIAS CREATIVAS (INTENSIDAD DEL EMPLEO) Y EL PIB PER CÁPITA**



Fuente: Elaboración propia.

En el gráfico anterior se establece un marco hipotético de relaciones causales en una y otra dirección a partir de análisis que aparecen en la literatura y podemos decir que algunas de ellas ya muestran cierta evidencia empírica<sup>4</sup>. Lo novedoso del presente artículo es tratar de aportar alguna evidencia empírica y su consecuente interpretación de la existencia de causalidades en ambas direcciones, en el contexto de la economía española.

<sup>4</sup> Señalamos en fondo gris aquellas relaciones causales que podemos considerar que existen pruebas empíricas contrastadas y fiables.

### 3. LOS DATOS Y EL MÉTODO

#### 3.1. Los datos

Para poder avanzar en el análisis sobre las relaciones entre cultura y riqueza regional, así como realizar el contraste de nuestras hipótesis, hemos decidido abordar la realidad de las regiones españolas. Para ello se han recopilado un panel de datos, compuesto por 19 regiones españolas (NUTS 2)<sup>5</sup> y 135 observaciones, que representan un panel completo<sup>6</sup>. El ámbito temporal se inicia en el año 2000, finalizando en el 2008. Las variables disponibles son:

- Empleo Cultural (EMPLICC); datos medios anuales de los ‘ocupados que, desde el punto de vista conjunto de la profesión o de la actividad económica, quedan comprendidos en el ámbito cultural’ (MCU, 2009). Fuente: Ministerio de Cultura.
- PIB per cápita, en euros PPS (PIBPC); ajustado por la paridad del poder adquisitivo (PIBPC), y ocupados totales. Fuente: EUROSTAT.
- Intensidad del empleo en cultura (INTEICC), calculada como el porcentaje de empleados en cultura sobre el total de ocupados.

Lo primero que cabe destacar es que el sector de la cultura es un sector que ha creado empleo durante todo el período considerado, ha pasado en conjunto de ocupar a poco más de 400.000 empleados en el año 2000 a los 560.000 en 2008. También cabe señalar el liderazgo, en términos absolutos de las regiones de Madrid y Cataluña. Ambas comunidades concentran durante todo el período alrededor del 50% de los ocupados. Seguidamente se ubican, por razones poblacionales, pero con tendencia a incrementar ligeramente la participación, las comunidades andaluza y valenciana, con cifras que oscilan entre el 10% y el 12% de los ocupados.

Si nos fijamos en la variable LINTICC, podemos observar también que son Cataluña y Madrid, especialmente Madrid, las comunidades que de nuevo muestran estructuras notablemente diferenciadas, ya que el sector de la cultura ocupa cifras por encima del 3% del total de la población ocupada. Como señalan Boix *et al.* (2010), parece que uno de los rasgos más característicos de las industrias creativas es su tendencia a la concentración e incluso el grado de concentración en España es mayor que en otros países como Italia, Francia o Reino Unido.

<sup>5</sup> Ver Reglamento (CE) n° 1059/2003 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 26 de mayo de 2003, por el que se establece una nomenclatura común de unidades territoriales estadísticas (NUTS).

<sup>6</sup> La fuente de la que se ha obtenido el ‘empleo cultural’ es el Ministerio de Cultura; éste, por motivos metodológicos relacionados con la representatividad muestral, ha tenido que agregar las regiones de Cantabria, Extremadura, La Rioja, Ceuta y Melilla. De ahí que el panel empleado se restrinja a sólo 15 regiones, puesto que una de ellas es en realidad un agregado sintético de las cinco anteriores.

**Cuadro nº 2. EVOLUCIÓN DE LOS OCUPADOS EN EL SECTOR DE LA CULTURA EN ESPAÑA. 2000-2008. (EMPLICC) (miles)**

| Comunidad Autónoma | 2000  | 2001  | 2002  | 2003  | 2004  | 2005  | 2006  | 2007  | 2008  |
|--------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| MUR                | 5,9   | 6,5   | 6,3   | 6,9   | 7,9   | 7,8   | 8,1   | 9,2   | 11,2  |
| NAV                | 6,3   | 5,5   | 4,9   | 5,8   | 5,9   | 6,1   | 8,1   | 7,9   | 9,2   |
| AST                | 6,4   | 6,8   | 4,9   | 4,9   | 8,8   | 10,7  | 7,4   | 6,9   | 9,2   |
| CLM                | 7,3   | 10,4  | 10    | 12    | 13,1  | 14,1  | 14,1  | 13    | 13,8  |
| ARA                | 8,5   | 9,6   | 9,6   | 8,9   | 9,6   | 10,5  | 12,5  | 14,4  | 13,1  |
| OTRAS              | 9,3   | 10,1  | 11,6  | 10,6  | 11,3  | 15    | 12,5  | 13,7  | 14,1  |
| BAL                | 10,4  | 7     | 9,8   | 13,6  | 11    | 10,3  | 13,5  | 14,4  | 13,9  |
| CAN                | 15    | 14,9  | 15,4  | 17,2  | 21,4  | 17,5  | 18,1  | 18,2  | 21,2  |
| CYL                | 17,8  | 13,7  | 15,1  | 16    | 16,1  | 17,5  | 18,9  | 18,8  | 21    |
| GAL                | 18,5  | 17,9  | 18,2  | 19,6  | 21,2  | 24,7  | 23    | 23,6  | 26,6  |
| EUS                | 19,8  | 20    | 20,6  | 21,2  | 22    | 28,9  | 24,3  | 24,7  | 25,2  |
| VAL                | 32,5  | 33,1  | 32,6  | 36,5  | 35,7  | 47,7  | 50,9  | 60,4  | 55,6  |
| AND                | 37,4  | 3,9   | 41,4  | 52,7  | 55,9  | 55,5  | 63,5  | 55,3  | 65,4  |
| MAD                | 99,3  | 120   | 131,5 | 129,1 | 139,1 | 124,2 | 117,9 | 140,6 | 137,9 |
| CAT                | 111,9 | 122,7 | 117   | 114   | 120,2 | 126,5 | 131,1 | 132,7 | 124,4 |
| Total general      | 406,3 | 436,1 | 448,9 | 469   | 499,2 | 517,1 | 523,9 | 553,8 | 561,8 |

MUR= Región de Murcia, NAV=Navarra, AST= Asturias, CLM= Castilla la Mancha, ARA= Aragón, Otras= Cantabria, Extremadura, La Rioja, Ceuta y Melilla, BAL= Islas Baleares, CAN= Canarias, CYL= Castilla y León, GAL= Galicia, EUS= País Vasco, VAL= Comunidad Valenciana, AND= Andalucía, MAD= Región de Madrid, CAT= Cataluña.

Fuente: Culturabase. Ministerio de Cultura.

**Cuadro nº 3. PROPORCIÓN DE OCUPADOS EN EL SECTOR DE LA CULTURA, RESPECTO AL TOTAL DE OCUPADOS, EN ESPAÑA. 2000-2008. (LINTICC) (en %)**

| Comunidad Autónoma | 2000 | 2001 | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 |
|--------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| CLM                | 1,2  | 1,6  | 1,5  | 1,7  | 1,8  | 1,8  | 1,8  | 1,5  | 1,6  |
| OTRAS              | 1,4  | 1,4  | 1,6  | 1,4  | 1,5  | 1,8  | 1,5  | 1,6  | 1,6  |
| MUR                | 1,3  | 1,4  | 1,3  | 1,3  | 1,5  | 1,4  | 1,4  | 1,5  | 1,8  |
| AST                | 1,8  | 1,9  | 1,3  | 1,3  | 2,3  | 2,6  | 1,7  | 1,6  | 2    |
| CYL                | 2    | 1,5  | 1,6  | 1,7  | 1,7  | 1,7  | 1,8  | 1,8  | 2    |
| AND                | 1,6  | 1,6  | 1,6  | 2    | 2    | 1,9  | 2    | 1,7  | 2,1  |
| ARA                | 1,8  | 2    | 1,9  | 1,7  | 1,8  | 1,8  | 2,2  | 2,4  | 2,1  |
| GAL                | 1,8  | 1,7  | 1,8  | 1,8  | 2    | 2,2  | 2    | 2    | 2,2  |
| CAN                | 2,2  | 2,1  | 2,1  | 2,2  | 2,7  | 2,1  | 2,1  | 2    | 2,5  |
| EUS                | 2,3  | 2,3  | 2,3  | 2,3  | 2,4  | 3    | 2,5  | 2,5  | 2,5  |
| VAL                | 2    | 1,9  | 1,8  | 2    | 1,8  | 2,3  | 2,4  | 2,7  | 2,5  |
| BAL                | 2,7  | 1,8  | 2,4  | 3,2  | 2,5  | 2,2  | 2,7  | 2,8  | 2,7  |
| NAV                | 2,6  | 2,2  | 2    | 2,3  | 2,3  | 2,2  | 2,9  | 2,7  | 3,2  |
| CAT                | 4,   | 4,3  | 4,1  | 3,8  | 3,9  | 3,8  | 3,8  | 3,8  | 3,6  |
| MAD                | 4,5  | 5,1  | 5,3  | 5    | 5,1  | 4,3  | 4    | 4,6  | 4,5  |

MUR= Región de Murcia, NAV=Navarra, AST= Asturias, CLM= Castilla la Mancha, ARA= Aragón, Otras= Cantabria, Extremadura, La Rioja, Ceuta y Melilla, BAL= Islas Baleares, CAN= Canarias, CYL= Castilla y León, GAL= Galicia, EUS= País Vasco, VAL= Comunidad Valenciana, AND= Andalucía, MAD= Región de Madrid, CAT= Cataluña.

Fuente: Culturabase. Ministerio de Cultura.

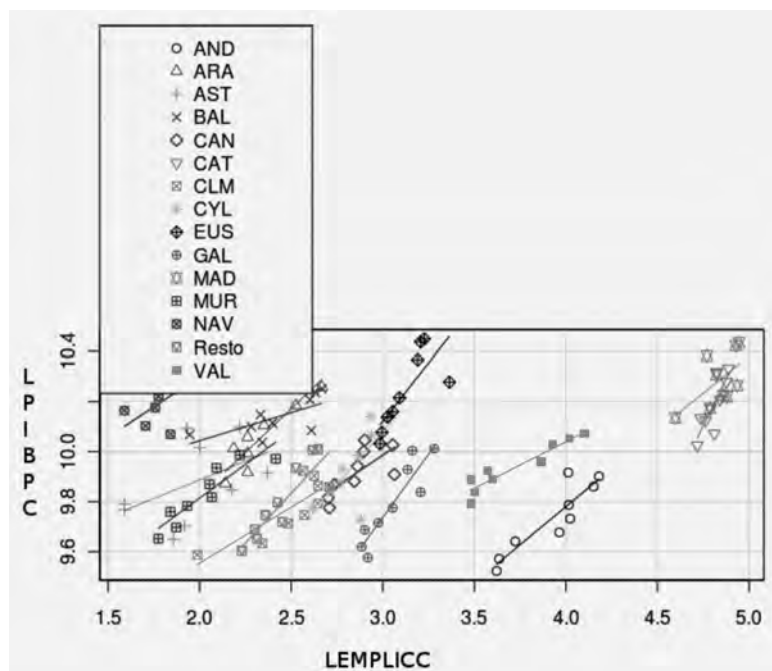
Los estadísticos descriptivos se muestran en el siguiente cuadro:

**Cuadro nº 4. ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS**

| Variable        | Estadístico          | 2000            | 2001            | 2002            | 2003            | 2004            | 2005            | 2006            | 2007            | 2008            |
|-----------------|----------------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|
| PIBPC (euros)   | Medida<br>Desv. Est. | 18.477<br>3.798 | 19.291<br>3.895 | 20.448<br>4.006 | 20.776<br>3.911 | 21.694<br>4.044 | 22.788<br>4.178 | 24.567<br>4.515 | 26.097<br>4.770 | 25.914<br>4.818 |
| EMPLICC (miles) | Medida<br>Desv. Est. | 27,09<br>33,32  | 29,07<br>38,65  | 29,93<br>39,69  | 31,27<br>38,84  | 33,28<br>41,34  | 34,73<br>39,53  | 34,93<br>39,73  | 36,92<br>43,47  | 37,45<br>41,49  |
| INTEICC (%)     | Medida<br>Desv. Est. | 2,21<br>0,94    | 2,19<br>1,10    | 2,17<br>1,10    | 2,25<br>1,02    | 2,35<br>0,97    | 2,34<br>0,80    | 2,32<br>0,77    | 2,35<br>0,98    | 2,46<br>0,79    |

Fuente: Elaboración propia a partir del Ministerio de Cultura y EUROSTAT.

El dato que merece algún comentario, por su dinámica regular en CCAA, es que existe una correlación muy elevada entre la renta per cápita y la ocupación en el sector de la cultura, a pesar de estar considerando regiones con proporciones de ocupados en el sector ICC muy diversas.

**Gráfico nº 2. ELASTICIDAD DEL EMPLEO EN EL SECTOR ICC RESPECTO AL PIBPC. COMUNIDADES AUTÓNOMAS ESPAÑOLAS. 2000-2008**

Fuente: Elaboración propia.

Si observamos el gráfico nº 2, que ofrece dicha correlación en valores logarítmicos y en términos dinámicos para cada una de las regiones podemos observar que aún en niveles distintos las elasticidades resultan bastante homogéneas. En este sentido podemos interpretar que aquellas comunidades que muestran pendientes más moderadas serían aquellas donde las variaciones de la ocupación en cultura no se materializan en crecimientos acentuados del PIB per cápita porque quizás las actividades culturales se convierten en proveedoras o complementarias de actividades económicas con bajos niveles de productividad, como por ejemplo el sector turístico. Este argumento, aunque requiere de contrastaciones más rigurosas, resulta plausible si observamos, de manera visual, que precisamente las regiones que muestran menor pendiente son aquellas regiones especialmente dependientes del sector turístico como Canarias, Baleares, o la Comunidad de Valencia. Esta interpretación vendría a debilitar un argumento muy utilizado en España sobre el papel de la cultura como «oferta complementaria» para la demanda turística.

### 3.2. El método

Para decidir si utilizamos las variables en niveles o en diferencias, contrastamos su estacionariedad. Empleamos una batería de test de contraste de raíz unitaria para datos de panel sobre las variables PIBPC y EMPLICC en logaritmos, INTEICC, sus primeras diferencias, y la variación absoluta de las variables PIBPC y EMPLICC en niveles.

Cuadro nº 5. **CONTRASTES DE RAÍZ UNITARIA**

| Variable   | LLC      |         | IPS      |         | MWU     |         | HAD     |         |
|------------|----------|---------|----------|---------|---------|---------|---------|---------|
|            | z        | p-valor | z        | p-valor | z       | p-valor | z       | p-valor |
| LPIBPC     | -17,3713 | 0,0000  | -17,9021 | 0,0000  | 1049,76 | 0,0000  | 1,6744  | 0,0941  |
| d LPIBPC   | -11,9605 | 0,0000  | -13,6084 | 0,0000  | 546,35  | 0,0000  | -1,2956 | 0,1951  |
| dPIBPC     | -2,9571  | 0,0031  | -5,2021  | 0,0000  | 42,98   | 0,0000  | 0,2420  | 0,8088  |
| LEMP LICC  | -12,2277 | 0,0000  | -14,9575 | 0,0000  | 1372,39 | 0,0000  | 3,5281  | 0,0000  |
| dLEMP LICC | -13,7340 | 0,0000  | -15,4888 | 0,0000  | 862,14  | 0,0000  | -0,6070 | 0,5438  |
| dEMPLICC   | -8,4214  | 0,0000  | -9,1409  | 0,0000  | 91,22   | 0,0000  | -0,6712 | 0,5021  |
| INTEICC    | -,98391  | 0,0473  | -1,9448  | 0,0518  | 16,72   | 0,0002  | 8,4165  | 0,0000  |
| dINTEICC   | -8,5862  | 0,0000  | -9,2197  | 0,0000  | 94,99   | 0,0000  | -0,9029 | 0,3666  |

\* LLC: Levin, Lin and Chu (2002), IPS: Im, Pesaran and Shin (2003), MWU: Maddala and Wu (1999), HAS: Hadri (2000).

\*\* Variables en logaritmos: test con interdepto y tendencia. Variables en primeras diferencias: test con intercepto.

\*\*\* En gris las variables no estacionarias.

Fuente: Elaboración propia.

Según el resultado de los contrastes aplicados, cuyos resultados pueden verse en el cuadro nº 5, no podemos aceptar la hipótesis de estacionariedad para las variables LEMPLICC y LINTICC, dado que el test de Hadri indica que no puede rechazarse que alguna de las series regionales tenga una raíz unitaria (hipótesis alternativa de dicho test). Este problema desaparece al tomar primeras diferencias (dLEMP LICC, dEMPLICC, y dLINTICC), por lo que se procede a realizar el análisis de causalidad entre estas variables y las variables vinculadas al PIBPC, también estacionarias. De este modo, se procede a contrastar un total de nueve modelos.

Insistimos en que el objetivo último de este artículo es arrojar cierta luz a la existencia o no de causalidades entre la riqueza de una economía y el nivel de empleo en los sectores culturales y creativos, según nuestras hipótesis ( $H_1$  y  $H_2$ ). En el caso en que ambas fueran aceptadas, estaríamos ante cierto proceso de retroalimentación entre uno y otro fenómeno. Para poder contrastar ambas hipótesis se ha recurrido al método econométrico de estimación de datos de panel, adaptada para el contraste de causalidad.

Estos modelos econométricos de datos de panel aprovechan la estructura de un corte transversal de datos para el cual se dispone, a su vez, de su evolución temporal, representados en su modelo general según la ecuación 1. En nuestro caso, disponemos de información sobre el PIB per cápita y el nivel de la ocupación en cultura para 15 regiones españolas ( $N=15$ ), para el periodo 2000-2008, ambos expresados en primeras diferencias de sus respectivos logaritmos, lo cual nos aproxima las tasas de crecimiento anuales de ambas variables desde el ejercicio 2001 al 2008 ( $T=8$ ).

$$y_{it} = X_{it} \beta + z_{it} \quad | \quad i = 1 \dots N, t = 1 \dots T \quad [1]$$

Estamos interesados en adentrarnos en la existencia de causalidades y en la dirección de las mismas.

Este tipo de cuestiones son las que Trívez (1991) resume, considerando la definición de causalidad de Granger (1969, 1980), cómo:

X (no) causa a Y; [i]

Y (no) causa a X; [ii]

(no) existe causalidad instantánea entre Y y X. [iii]

Definiendo de este modo como retroalimentación cuando [i] y [ii] son aplicables en sentido afirmativo, definiendo la causalidad en sentido estricto cuando [i] ó [ii] son aplicables al mismo tiempo que se da la causalidad instantánea [iii].

Ahora bien, el método original de Granger (1969, 1980), que es el más extendido para confirmar las hipótesis de causalidad necesita ser adaptada para su aplicabilidad a la estructura de datos en panel. En nuestro caso, nos basamos en la propuesta original de Hurlin y Vernet (2001).

Según estos autores, el método de Granger en un contexto de datos de panel genera resultados más comprensibles, con menor necesidad de amplitud de la serie temporal, permiten incorporar mayor número de observaciones, obteniendo un mayor número de grados de libertad, y se consiguen resultados más eficientes que en el contexto convencional.

Este método parte de la estimación de un modelo de panel de datos con efectos fijos<sup>7</sup> en el que la variable dependiente es la primera variable (Y) contra un número determinado de retardos temporales de ésta (k), así como contra la segunda variable (X) y un mismo número de retardos (k).

A modo de primera aproximación en este trabajo, calculamos los modelos con sólo un retardo<sup>8</sup>, debido a las limitaciones de tamaño del panel.

Las ecuaciones a estimar son las ecuaciones 2 y 3 para un total de nueve modelos, según hemos visto en la sección anterior:

$$Y_{i,t} = \alpha_i + \beta_1 X_{i,t} + \beta_2 X_{i,t-1} + \beta_3 Y_{i,t-1} + u_{i,t} \quad [2]$$

$$X_{i,t} = \gamma_i + \delta_1 Y_{i,t} + \delta_2 Y_{i,t-1} + \delta_3 X_{i,t-1} + z_{it} \quad [3]$$

Los contrastes a realizar son los representados por las ecuaciones 2 y 3, siendo la hipótesis nula la ‘no causalidad homogénea’ (NCH), término acuñado por Hurlin y Venet (2001). Este tipo de ‘no causalidad’ asume que la variable X (Y) contemporánea y las retardadas no son conjuntamente significativas. La hipótesis alternativa asume que en alguna/s de las regiones analizadas no existe causalidad en el sentido de Granger. Por tanto, este test contrasta la no causalidad frente a la posibilidad de que en algunas regiones sí exista tal relación causal, aunque no sea generalizable al conjunto de éstas.

Mediante el contraste de la ecuación 4 se evalúa la causalidad de la variable X hacia la variable Y, mientras que con el contraste de la ecuación 5 se evalúa la causalidad en el sentido inverso:

$$[H_0: \beta_i = 0 \forall i] \text{ vs } [H_1: \beta_i \neq 0 \forall i] \quad [4]$$

$$[H_0: \delta_i = 0 \forall i] \text{ vs } [H_1: \delta_i \neq 0 \forall i] \quad [5]$$

<sup>7</sup> Ver Greene (2000) para un desarrollo teórico de este tipo de modelos.

<sup>8</sup> La escasa longitud temporal de la serie disponible podría tener repercusiones negativas sobre la fiabilidad de los test, aun mayores si decidiésemos añadir mayor número de retardos. Es más, la relación que debe cumplir el modelo es  $T > 5 + 2k$ , por lo que dada la longitud de nuestra serie no podemos permitirnos  $k > 1$ .

3.3. Resultados

Los valores para el estadístico F y sus correspondientes valores-p bajo la hipótesis nula se muestran en el cuadro n° 6.

Cuadro n° 6. CONTRASTES DE CAUSALIDAD

| Modelo<br>F<br>p-valor |          | Y                     |                          |                       |                          |                          |                          |
|------------------------|----------|-----------------------|--------------------------|-----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
|                        |          | LPIBPC                |                          | dLPIBPC               |                          | dPIBPC                   |                          |
|                        |          | X → Y                 | Y → X                    | X → Y                 | Y → X                    | X → Y                    | Y → X                    |
| X                      | dLEMPICC | 1<br>4,0212<br>0,1339 | 1<br>8,0364<br>0,01810** | 2<br>3,6870<br>0,1583 | 2<br>5,2490<br>0,0725*** | 3<br>4,5214<br>0,1043    | 3<br>4,8244<br>0,0896*** |
|                        | dEMPLICC | 4<br>0,7717<br>0,6799 | 4<br>4,0779<br>0,1302    | 5<br>1,4032<br>0,4958 | 5<br>4,4089<br>0,1103    | 6<br>0,7022<br>0,7039    | 6<br>2,5417<br>0,2806    |
|                        | dINTEICC | 7<br>4,3306<br>0,1147 | 7<br>10,226<br>0,0060*   | 8<br>3,9882<br>0,1361 | 8<br>9,8462<br>0,0073*   | 9<br>5,5774<br>0,0615*** | 9<br>8,4763<br>0,0144**  |

\* Significativo al 1%, \*\* 5%, \*\*\* 10%.

Fuente: Elaboración propia.

4. LOS RESULTADOS

Como podemos observar, al considerar la dirección de causalidad de X hacia Y, sólo podemos aceptar la hipótesis de causalidad en el modelo 9 (dINTEICC causa dPIBPC), mientras que en el sentido inverso (de Y hacia X) encontramos significativos los modelos 1 (LPIBPC a dLEMPICC), 2 (dLPIBPC a dLEMPICC), 3 (dPIBPC a dLEMPICC), 7 (LPIBPC a dINTEICC), 8 (LPIBPC a dINTEICC), y 9 (dPIBPC a dINTEICC). Luego, a partir de estos resultados podemos confirmar que:

- 1) De entre las tres variables X, sólo la variable dINTEICC causa dPIBPC.
- 2) Las variables vinculadas al PIBPC (LPIBPC, dLPIBPC, y dPIBPC) causan dLEMPICC y dINTEICC.
- 3) Existe retroalimentación entre las variables dPIBPC y dINTEICC.

A pesar de que excede de los objetivos de nuestra investigación presentada en este artículo, se quiere dejar constancia de las implicaciones de este sistema de retroalimentación económica entre riqueza y empleo en los sectores de la cultura y la creatividad. Para ello, se muestran los resultados de las estimaciones finales de las ecuaciones representativas del modelo de las interacciones causales entre renta per cápita y ocupación.

**Cuadro nº 7. MODELO 9: MÍNIMOS CUADRADOS PONDERADOS, UTILIZANDO 105 OBSERVACIONES**

Variable dependiente: dINTEICC

Se han incluido 15 unidades de sección cruzada

Ponderaciones basadas en varianzas de los errores por unidad

|            | Coefficiente | Desv. Típica | Estadístico t        | Valor p |          |
|------------|--------------|--------------|----------------------|---------|----------|
| const      | 0,104605     | 0,0477904    | 2,1888               | 0,03091 | **       |
| dPIBPC     | -6,92517e-05 | 2,42378e-05  | -2,8572              | 0,00519 | ***      |
| dPIBPC_1   | 1,5339e-05   | 3,40946e-05  | 0,4499               | 0,65375 |          |
| dINTEICC_1 | -0,211625    | 0,0739806    | -2,8605              | 0,00514 | ***      |
| R-cuadrado |              | 0,138414     | R-cuadrado corregido |         | 0,112822 |

\* Significativo al 1%, \*\* 5%, \*\*\* 10%.

Fuente: Elaboración propia.

**Cuadro nº 8. MODELO 9: MÍNIMOS CUADRADOS PONDERADOS, UTILIZANDO 105 OBSERVACIONES**

Variable dependiente: dPIBPC

Se han incluido 15 unidades de sección cruzada

Ponderaciones basadas en varianzas de los errores por unidad

|            | Coefficiente | Desv. Típica | Estadístico t        | Valor p  |          |
|------------|--------------|--------------|----------------------|----------|----------|
| const      | 828,894      | 151,76       | 5,4619               | <0,00001 | ***      |
| dINTEICC   | -514,841     | 218,028      | -2,3613              | 0,02013  | **       |
| dINTEICC_1 | -117,487     | 215,197      | -0,5460              | 0,58630  |          |
| dPIBPC_1   | 0,0912609    | 0,132418     | 0,6892               | 0,49228  |          |
| R2         |              | 0,058289     | R-cuadrado corregido |          | 0,030317 |

\* Significativo al 1%, \*\* 5%, \*\*\* 10%.

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados evidencian que efectivamente podemos encontrar una causalidad circular cuando consideramos la variable de la ocupación en términos de intensidad relativa y la variación de los efectos renta per cápita y no en valores absolutos. Esto adquiere una significativa importancia ya que lo que nos está revelando es que las variaciones en la intensidad de la ocupación en los sectores culturales causan efectos en la variación del PIB per cápita con cierta independencia de los niveles. Y esto significa en términos dinámicos que son las variaciones en el nivel de renta per cápita lo que produce variaciones en la intensidad de la ocupación en el sector de la cultura. Que la variable relevante sea la intensidad de la ocupación, y no los valores absolutos, nos lleva a incorporar el hecho de que lo que realmente estamos recogiendo en el modelo, no es solo la ocupación de trabajadores en el sector de la cultura, sino cierta medida del conjunto de la estructura productiva total, aspecto que nos acerca a las conclusiones de Hervás, (Hervás-Oliver, 2011) cuando demuestra que la estructura industrial de una región tiene un notable importancia en el nivel de riqueza de la misma.

El problema es que las ecuaciones del modelo que finalmente muestra la causalidad, nos aparece con coeficientes con signos negativos, lo que significa que los efectos de las variaciones de una variable sobre otra cada vez son menores. Este resultado puede que sea debido a la imposibilidad de trasladar hacia atrás los retardos, ya que la serie es relativamente corta.

Para comprobar la verosimilitud de esta interpretación añadimos un nuevo análisis que contraste las relaciones cruzadas entre estas variables mediante una simple regresión por MCO y tratando de incorporar distintos retardos para ver qué combinaciones de variables regresan mejor.

Cuadro nº 9. **MCO, USANDO LAS OBSERVACIONES 1-15**

Variable dependiente: INTEICC08  
Desviaciones típicas robustas ante heterocedasticidad, variante HC1

|            | Coeficiente  | Desv. Típica | Estadístico t        | Valor p  |    |
|------------|--------------|--------------|----------------------|----------|----|
| const      | -0,89504     | 0,658255     | -1,3597              | 0,19892  |    |
| PIBPC08    | -0,000550522 | 0,000212923  | -2,5855              | 0,02385  | ** |
| PIBPC06    | 0,000717281  | 0,000238065  | 3,0130               | 0,01080  | ** |
| R-cuadrado | 0,564390     |              | R-cuadrado corregido | 0,530882 |    |

\* Significativo al 1%, \*\* 5%, \*\*\* 10%.

Fuente: Elaboración propia.

**Cuadro nº 10. MCO, USANDO LAS OBSERVACIONES 1-15**

Variable dependiente: PIBPC08

Desviaciones típicas robustas ante heterocedasticidad, variante HC1

|           | Coeficiente | Desv. típica | Estadístico t | Valor p  |     |
|-----------|-------------|--------------|---------------|----------|-----|
| const     | 14500       | 1807,6       | 8,0217        | <0,00001 | *** |
| INTEICC06 | 4919,71     | 769,661      | 6,3920        | 0,00002  | *** |

R-cuadrado 0,548455

R-cuadrado corregido 0,513721

\* Significativo al 1%, \*\* 5%, \*\*\* 10%.

Fuente: Elaboración propia.

Los mejores resultados, con pruebas para distintos años y distintos retardos nos conducen a que en ambos sentidos de causación el período de maduración de los efectos es de 2 años y la asimetría no reside en la existencia de retardos sobre franjas temporales distintas, sino que la diferencia radica en el hecho de que una variación del PIB tiene un efecto instantáneo negativo sobre la intensidad de la ocupación, pero que se convierte en un efecto neto positivo al cabo de dos años.

Algunos análisis complementarios apuntan a la idea de cierto efecto *stop and go*, de manera que si consideramos un crecimiento de la renta en el período 1, por algún *shock* externo, se traslada el efecto a la intensidad de la ocupación de manera negativa. Es decir el resto de la actividad económica detrae inmediatamente ocupados del las ICC. Una posible explicación de éste fenómeno sería la flexible estructura del mercado de trabajo de dichas industrias (Scott, J.A., 2011) que puede servir de ejército de reserva de trabajadores de otros sectores (complementarios o no) ante crecimientos del PIB. Sin embargo a medida que pasa el tiempo este incremento de la riqueza comienza a tener un efecto acumulativo sobre la conformación de una demanda solvente (pública y privada) de bienes y servicios de las ICC que se va traduciendo en mayor ocupación. Este último fenómeno se convierte en incrementos de la riqueza por dos vías; una primera por medio de la mayor productividad de la ICC y otra de carácter más estructural mediante el potencial innovador que los trabajadores creativos han transferido al resto de los sectores mediante su desempeño laboral en dichos sectores. A éste último efecto, cabría añadirle la posibilidad de generar un «círculo virtuoso de la competencia» de Sacco. Si el tamaño del *stock* de capital social también es lo suficientemente grande, la mayor exposición a experiencias creativas de este último aumentará la adquisición de la competencia de los trabajadores creativos por medio de la toma de conciencia social y la presión colectiva (efecto de la sociabilidad). Por lo tanto, aumentará su inversión personal en sus propias competencias y capacidades. Siempre que exista una complementariedad suficiente entre la experiencia creativa y sus funciones laborales, esto provocará el estímulo de la motivación creativa intrínseca, estimulando su capacidad de innovación,

y por lo tanto mejorando el desempeño organizacional. En este punto, si una parte del valor añadido generado adicionalmente se dedica a la financiación de las actividades creativas tanto por parte de las empresas creativas por sí mismas como por parte del sector público, se genera un círculo virtuoso. En particular, el círculo virtuoso consiste en una relación entre la demanda de bienes culturales y creativos y la oferta correspondiente, la cual, mediante el aumento de las oportunidades de elección creativa, aumenta aún más la demanda creativa. (Sacco, P.L., Segre, G., 2009).

## 5. CONCLUSIONES

Una creciente investigación moderna está desbrozando las complejas relaciones entre la cultura y el desarrollo territorial de manera que va adquiriendo nitidez un proceso del que el estudio socioeconómico había mostrado hasta ahora muchas intuiciones teóricas pero escasas pruebas empíricas. Lo que resulta evidente es que el contenido simbólico y creativo de una comunidad, especialmente en Europa, ya no representa exclusivamente su dimensión cosmética sino que de alguna manera contiene los pilares centrales de la frontera de posibilidades de su competitividad (De Molina, Boix, Hervás-Oliver, 2011).

En el presente trabajo, hemos tratado de avanzar en la verificación y contrastación de hipótesis entre las complejas relaciones que se articulan por debajo de la línea visible de esas conexiones entre cultura y desarrollo. Dado que se trata de un fenómeno muy complejo, ya que el «capital cultural» afecta tanto a las condiciones y las características de la demanda y su disponibilidad a pagar, como a las capacidades de la oferta por la posibilidad de transformarse a través de la interiorización de la creatividad y la innovación, las conclusiones nos aparecen enmarañadas y posibilitan distintas líneas interpretativas. Así que tratando de sintetizar los resultados obtenidos podemos destacar ciertas conjeturas.

- 1) No sólo están correlacionadas sino que existen robustas relaciones de causalidad entre las variables de riqueza regional —medida en términos de PIB per cápita en paridad de poder adquisitivo— y la especialización relativa de una región en la ocupación en los sectores culturales.
- 2) La causalidad entre las dos variables es circular, de manera que la variación en la intensidad de la ocupación tiene efectos causales sobre la riqueza, y las variaciones en la riqueza tienen efectos sobre la intensidad de la ocupación en el sector de la cultura. Esta constatación supone cierta conformación empírica de los modelos de Sacco y Segre sobre el círculo virtuoso. (Sacco, P.L., Segre, G., 2009).
- 3) La vías de la causalidad son complejas y contienen tanto impactos directos derivados de la mayor flexibilidad de las relaciones laborales en el sector de

la cultura, la adopción más rápida de la innovación o la mayor productividad de dicho sector, pero intuimos que también reflejan alteraciones profundas de cambios del modelo productivo al estilo de los modelos 3 y 4 de Potts (Potts y Cunningham, 2010) mediante el papel transformador de la cultura como factor de innovación económica y social.

- 4) Las variaciones en el PIB tienen un efecto negativo instantáneo sobre la intensidad de ocupación en el sector cultural, pero que queda compensado positivamente en dos años.
- 5) Tras diversas pruebas complementarias, se llega a una intuición informada de que para el caso español del período 2000-2008 las variaciones en una variable tienen un efecto sobre la otra que se agota con cierta rapidez, por lo que aunque se trata de variables no-estacionarias los efectos dejan de ser significativos a partir de 2-3 períodos. Esto se puede deber al modelo de crecimiento español de ese momento en el que los sectores de la construcción y el turismo ejercen a modo de agujero negro en términos de atracción de capital y trabajo por lo que descapitaliza al resto de las actividades económicas, incluyendo al sector cultural (interpretación que podría sumarse a la explicación del efecto descrito en el punto anterior).
- 6) Las relaciones entre turismo y cultura, que podrían ser muy relevantes para el modelo económico español, quedan pendientes de un esfuerzo investigador mayor. Los primeros datos, sin embargo nos mueven a pensar que el turismo puede que no sea la vía ideal de capitalizar el valor de las actividades culturales.

Coincidimos con otros autores en que dada la relevancia y significación de los sectores creativos y culturales, resulta imprescindible intensificar los esfuerzos en la investigación sobre las relaciones entre cultura y desarrollo. Las oportunidades de la competitividad europea en este momento de cambio global se articulan, alrededor del posicionamiento de las actividades relacionadas con la creatividad, la innovación y el talento. El papel de las políticas culturales, entendidas en sentido amplio, deberían jugar un papel menos periférico de lo habitual y el sistema de conocimiento debería ser capaz de aportar explicaciones y visiones rigurosas y contrastadas sobre esta nueva frontera de posibilidades

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ATECA, V.M. (2009): «El capital humano como determinante del consumo cultural». *Estudios de Economía Aplicada*, 27, 89-112.
- BAUM, S., O'CONNOR, K. Y YIGITCANLAR, T. (2009): «The implications of creative industries for regional outcomes». *Int. J. of Foresight and Innovation Policy*, 5 (1-3). 44-64.
- BOIX, R., LAZZERETTI, L., CAPONE, F., DE PROPRI, L. Y SÁNCHEZ, D. (2010): «The geography of creative industries in Europe: A comparison analysis in Italy, France, the United Kingdom and Spain», 50th European Congress of the European Regional Science Association. Jonköping, August 19th - 22th.
- BREUSCH, T., PAGAN, A. (1980): «The Lagrange multiplier and its applications to model specification in econometrics». *Review of Economics Studies*, 47, 239-253.
- COOKE, P., LAZZERETTI, L. (ED.) (2008): *Creative Cities, cultural clusters and local economic development*. MPG Books Ltd., Bodmin.
- DE MOLINA, B. BOIX, R. ;HERVÁS-OLIVER, J.L (2011): «Creative services agglomerations and the wealth of European regions.». Ponencia presentada al 53 Congreso Europeo de Economía Regional. Barcelona.
- FLORIDA, R. (2002): *The rise of creative class*. Basic Books, New York.
- FLORIDA, R., MELLANDER, CH., STOLARICK. (2008): «Inside the black box of regional development—human capital, the creative class and tolerance». *Journal of Economic Geography*. July, 1-35.
- GALLOWAY S., DUNLOP S. (2007): «A critique of definition of the cultural and creative industries in public policy». *International Journal of Cultural Policy*, 13, 17-31.
- GRANGER, C.W.J. (1969): «Investigating Causal Relations by Econometric Methods and Cross-Spectral Methods», *Econometrica*, 34, 424-438.
- (1980): «Testing for Causality: A Personaf Viewpoint». *Journal of Economic Dynamics and Control*, 2, 329-352.
- GREENE, W.(2000): «Econometric Analysis». Prentice Hall, New York.
- HADRI K. (2000). «Testing for Unit Roots in Heterogeneous Panel Data». *The Econometrics Journal*, 3, 148–161.
- HAUSMAN, J., MCFADDEN, C. (1984): «Specification test in econometrics», *Econometrica*, 52, 1219-1240.
- HAUSMAN, J.A. (1978): «Specification test in econometrics». *Econometrica*, 46, pp.1251-1271.
- HAWKES, J. (2001): *The Fourth pillar of Sustainability: Culture's Essential Role in Public Planning*. Vic-Cultural Development Network. Australia.
- HEILBRUN J., GRAY C. (2000): *The economics of art and culture*. Cambridge University Press, Cambridge.
- HERVAS-OLIVER, J.L., BOIX, R., DE MIGUEL MOLINA, B., DE MIGUEL MOLINA, M. (2011): «The Importance of Creative Industry Agglomerations in Explaining the Wealth of European Regions». DRUID 2011 INNOVATION, STRATEGY, and STRUCTURE.
- HURLIN, C. (2008): «Testing for Granger Non-causality in Heterogeneous Panels», Working Paper, LEO, University of Orleans.
- HURLIN, C., VENET, B. (2001): «Granger causality tests in panel data models with fixed coefficients» *Working Paper Eurisco* 2001-09, Université Paris IX Dauphine.
- IM, K.S., PESARAN, M.H., SHIN, Y. (2003) «Testing for Unit Roots in Heterogeneous Panels». *Journal of Econometrics*, 115(1), pp.53-74.
- LAZZERETTI, L., BOIX, R. Y F. CAPONE (2010): «Do creative industries cluster? Mapping creative local production systems in Italy and Spain», en F. Belussi and S. Sedita *Managing situated creativity in cultural industries*. Routledge. ISBN: 978-0-415-61355-2.
- LEVIN A., LIN, C.F., CHU, C.S.J. (2002). «Unit Root Test in Panel Data: Asymptotic and Finite Sample Properties», *Journal of Econometrics*, 108, 1–24.
- MADDALA, G.S., WU, S. (1999). «A Comparative Study of Unit Root Tests with Panel Data and a New Simple Test», *Oxford Bulletin of*

- Economics and Statistics, 61, Supplement 1, 631-652.
- MARCO-SERRANO, F., RAUSELL KÖSTER, P. (2006): «Análisis de la productividad en el sector de la cultura y el ocio español: una perspectiva regional». *Estudios de Economía Aplicada*. Volumen 24-2.
- MARKUSEN A., GADWA, A. (2010): «Arts and Culture in Urban or Regional Planning: A Review and Research Agenda». *Journal of Planning Education and Research* 29(3), 379-391.
- MAS, M., CUQUERELLA, V. (2009): Series históricas de capital público en España y su distribución territorial (1900-2005). Fundación BBVA. Bilbao.
- MINISTERIO DE CULTURA (2009). «Empleo Cultural. Explotación de la Encuesta de Población Activa. CNAE 93. Notas Metodológicas/EMPLEO CULTURAL».
- ORGANIZATIONS, INSTITUTIONS, SYSTEMS AND REGIONS AT COPENHAGEN BUSINESS SCHOOL, DENMARK (2011): June 15-17.
- PALMA, M.L.; MARTÍN, J.L., JAÉN, M. (2009): «El mercado del libro en España 1989-2006, Un análisis económico». *Estudios de Economía Aplicada*, 27: 225-251.
- POTTS, J., CUNNINGHAM, S. (2010): «Four Models of the Creative Industries». *Revue d'Économie Politique*. 120(1), 163-180.
- POWER, D., NIELSEN, T. (2010): Priority Sector Report: Creative and Cultural Industries. *European Cluster Observatory*.
- RAUSELL, P., ABELEDO, R., CARRASCO, S, MARTINEZ, J. (2007): Cultura: estrategia para el desarrollo local. *Agencia Española de Cooperación Internacional al Desarrollo*, Madrid.
- RAUSELL, P., MARCO-SERRANO, F. (2010): «El sector de la cultura como sector estratégico en el cambio del modelo productivo. Análisis de la productividad». en Hernández, E. (Ed.) *Empleo en la cultura*. Junta de Andalucía.
- REESE, L.A., SAND G. (2008): «Creative Class and Economic Prosperity: Old Nostrums, Better Packaging?». *Economic Development Quarterly*. 22(3), pp 3-7.
- RUÍZ-NAVARRO, J., MARTINEZ-FIERRO, S.(2010): «Entrepreneurship in the Cultural and Creative Industries: Opportunities And Degrees of Innovation and Technology». *Paper 16th International Conference on Cultural Economics by the ACEI Copenhagen*, 9 -12 June 2010.
- SACCO, P.L., SEGRE, G. (2009): «Creativity, Cultural Investment and Local Development: A New theoretical Framework for Endogenous Growth» en Fratessi, U. and Senn L., Growth and innovation in Competitive Regions- The Role of Internal and External Connections. Springer Verlag, Berlin.
- SCOTT, A.J. (2000): *The Cultural Economy of Cite*, Sage Publications, London.
- (2011): «Ciudades creativas: temas conceptuales y problemas de políticas». en Manito, F. (Ed.): *Ciudades Creativas*. Vol3. Economía Creativa, desarrollo urbano y políticas públicas. Fundación Kreanta. Barcelona.
- SEN, A. (1999): *Development as Freedom*.. Oxford University Press.
- SIMS, C. (1972). 'Money, Income and Causality', *American Economic Review*, Vol. 62, 540-552.
- TRÍVEZ, F.J. (1991). «Causalidad de Granger en un marco bivalente». *Estadística Española*, 33(126), 31-154.
- VILLARROYA, A, ESCARDÍBUL, J.O (2010): «La demanda de libros y publicaciones periódicas en España». *Estudios de Economía Aplicada*. 28.

## ANEXO

### 1. Empleo en cultura

De acuerdo con la metodología propuesta por el Ministerio de Cultural para la elaboración de operaciones estadísticas sobre el empleo cultural, las ocupaciones consideradas en la delimitación del ámbito cultural han sido las siguientes:

- **Actividades económicas (se incluye su código según la CNAE-93)**

221 Edición.

222 Artes gráficas y actividades de los servicios relacionados con las mismas.

223 Reproducción de soportes grabados.

323 Fabricación de aparatos de recepción, grabación y reproducción de sonido e imagen.

363 Fabricación de instrumentos musicales.

921 Actividades cinematográficas y de vídeo.

922 Actividades de radio y televisión.

923 Otras actividades artísticas y de espectáculos.

924 Actividades de agencias de noticias.

925 Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras instituciones culturales.

Cualquier otra actividad económica si se trata de una ocupación cultural.

- **Ocupaciones (se incluye su código según la CNO-94)**

251 Escritores y artistas de la creación y de la interpretación.

252 Archiveros, bibliotecarios y profesionales asimilados.

292 Ayudantes de bibliotecas y asimilados.

354 Profesionales del mundo artístico, del espectáculo y de los deportes.

Cualquier otra ocupación si se trata de una actividad económica cultural.

No ha sido posible sin embargo contemplar actividades culturales cuya delimitación hubiera requerido mayor nivel de desglose tales como: Comercio al por mayor y al por menor de productos culturales, por estar contempladas en epígrafes de cinco cifras, 51.471 y 52.470; las Galerías de Arte por estar representadas por la rúbrica 52.487 y la Fotografía, por estar representada en la rúbrica 74.81.

Asimismo, por lo que respecta a la ocupación no se han podido recoger los fotógrafos, por encontrarse incluidos en la rúbrica 30.41 y se ha incorporado en su conjunto el epígrafe 35.4 «Profesionales del mundo artístico, del espectáculo y de los deportes» a pesar de incluir una parte de profesionales no correspondientes al ámbito cultural establecido.

---

# *Las universidades y los territorios a prueba por las industrias creativas*

La temática de la creatividad emerge contemporáneamente en los años noventa y ha llegado a imponerse tanto en la esfera organizacional e institucional como en el espacio de los discursos sociales. Tiene origen en un contexto político particular, el de Gran Bretaña de la época de Blair y desde entonces se ha convertido en un comodín presente en el universo de la cultura, de la economía urbana, del patrimonio histórico, de la artes, del empresariado, del diseño, etc. El presente texto se interesa en las relaciones entre la creatividad y la innovación y analiza la articulación entre los territorios y las universidades a partir de la innovación. En esta época de ciudades creativas y entornos creativos, se reflexiona sobre el papel asignado a la creatividad y a la innovación en el universo de los discursos y de las iniciativas de los actores públicos y privados, el llamado *marketing* territorial constituye uno de los principales vectores del análisis.

*Sormenaren gaia laurogeita hamarreko hamarkadan sortu zen, eta antolaketa- eta erakunde-eremuetan zein gizarte-diskurtsoetan ezartzea lortu du. Politika-testuinguru jakin batean du jatorria: Blair-en garaiko Britainia Handian. Ordutik zernahitarako erabili izan da kulturaren, hiri-ekonomiaren, historia-ondarearen, arteen, enpresaburuen, diseinuen eta antzekoen unibertsoetan. Testu honetan sormenaren eta berrikuntzaren arteko erlazioa azaldu da, eta lurraldeen eta unibertsitateen arteko lotura aztertu da berrikuntza oinarri hartuta. Hiri sortzaileak eta inguru sortzaileak dauden garai honetan, eragile publiko eta pribatuaren ekimen eta diskurtsoetan sormenari eta berrikuntzari eman zaien zereginaren inguruan hausnartu da, eta lurralde-marketinga izeneko da azterketaren bektore nagusietako bat.*

The topic of creativity emerged on the contemporary scene in the nineteen nineties, and has since imposed itself in organisational and institutional contexts and in the field of social discourse. Its origins lie in the particular political context of Blair-era Britain, and it has become an ever-present feature of the world of culture, the urban economy, historical heritage matters, the arts, entrepreneurship, design, etc. This article addresses the relationships between creativity and innovation and analyses the articulation between territories and universities based on innovation. In these times of creative cities and creative environments the article reflects on the role assigned to creativity and innovation in the world of the discourses and initiatives of public and private actors, with territorial marketing as one of the main vectors of its analysis.

## Índice

---

1. Introducción
2. Las relaciones entre creatividad e innovación: una frontera confusa
3. Las universidades en la formación de la mano de obra y en la dinamización de los territorios
4. Los territorios en la era de las marcas: el *marketing* territorial
5. El papel de los agentes públicos
6. Conclusión

### Referencias bibliográficas

Palabras clave: economía creativa, innovación, universidades, territorios.

Keywords: creative economy, innovation, universities, territories.

Nº de clasificación JEL: Z11, Z13.

---

## 1. INTRODUCCIÓN

Desde mediados de los años noventa, y de manera más especial en la primera década del siglo XXI, diferentes aspectos de la creatividad han sido objeto de una intensa actividad de promoción que ha tenido efectos en todas las escalas territoriales que pueden ser consideradas —local, nacional e internacional—.

En este sentido, términos como economía creativa, industrias creativas, ciudades creativas, clase creativa, etc., han adquirido una cierta preponderancia en los discursos de numerosas instituciones, organizaciones y agrupaciones de agentes, públicos o privados.

Ambos términos —industrias creativas y economía creativa— confieren a multitud de industrias el reconocimiento de su trabajo creativo. De esta forma, el movimiento en torno a las industrias creativas reconoce diferentes actividades que no pertenecen a las industrias culturales tales como el turismo, el diseño, la publicidad, la alta tecnología, etc.

En consecuencia, ambos términos entran en competencia con otras nociones, cuyos campos y fronteras están mejor establecidos, como es el caso de las industrias culturales y la economía cultural, en donde la creatividad artística tiene un sentido preciso para caracterizar el proceso de producción en estos ámbitos (Liefvooghe, 2010). Al contrario, como consecuencia de la reciente multiplicación de discursos y de iniciativas centradas en la creatividad, los contornos de la creatividad en su nueva acepción aparecen difusos. Así, la distinción entre creatividad e innovación no queda bien establecida, y la creatividad se encuentra definida, a veces, en términos muy diferentes por los turiferarios de la economía creativa y de las industrias creativas.

Esta confusión que es consecuencia del recurso a la noción de creatividad se nos muestra aún más diáfana cuando el concepto de creatividad se aplica a dos campos en los cuales la innovación constituye la categoría privilegiada para pensar las relaciones con la economía. Es el caso de las universidades y de los territorios.

El análisis de las relaciones entre las universidades y el territorio puede ser considerado de diferentes maneras. Cabe preguntarse la cuestión del papel de las tecnologías sobre el territorio en el cual está situada la universidad. Al hacer esto se coloca el énfasis sobre los efectos estructurantes de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TICs) en el desarrollo de los territorios a partir de considerar el rol de los diferentes agentes (Bouquillion y Pailliat, 2006).

Otra perspectiva de investigación se centra en el papel que las TICs pueden desempeñar en la formación a distancia. En esta dirección, se supone que las plataformas educativas efectúan una reorganización importante de las relaciones tradicionales entre las universidades y los territorios. Esta problemática que es la de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación para la Educación (TICE) debe ser diferenciada la función de la innovación y de las universidades como polos de innovación en el marco de una economía de la creatividad, que especialmente nos interesa aquí.

En este artículo, el análisis se inscribe más bien en el ámbito de las industrias creativas. En consecuencia, se insiste sobremedida en la cuestión de la innovación y en la manera en que esta es captada, o no, por los agentes y por los territorios que explícitamente consideran la temática de la creatividad —economía, industrias y ciudades—.

Sobre la base de una revisión de la literatura relativa a las industrias creativas, se pretende identificar y analizar las implicaciones que para las universidades y los territorios tiene el recurso a la creatividad tal y como es utilizada por los diferentes agentes.

Una vez establecidas las relaciones entre creatividad e innovación, pasaremos a interesarnos por las relaciones entre las universidades y los territorios relativas a la innovación. Posteriormente analizaremos algunas iniciativas destinadas a crear sinergias para redinamizar los territorios, especialmente mediante el *marketing* territorial. Finalmente, se evoca el papel de las instituciones y de las políticas públicas

destinadas a aprovechar las oportunidades que la economía creativa parece ofrecer a la vez que se identifican algunas implicaciones.

## 2. LAS RELACIONES ENTRE CREATIVIDAD E INNOVACIÓN: UNA FRONTERA CONFUSA

En esta parte, se evocan las relaciones establecidas en diferentes textos entre la creatividad y la innovación y en donde se privilegian ciertos actores y ciertas instituciones. Con el fin de analizar los efectos del incremento de los discursos relativos de las industrias creativas, resulta necesario comprender cómo la noción de creatividad ha sido invocada de manera inédita, ya que, antes, ésta estaba fundamentalmente relacionada con la práctica artística tradicional: la del artista autor de su obra.

A pesar de la existencia de una literatura crítica relativa a estas cuestiones (Schlesinger, 2007; Tremblay, 2008), los discursos centrados en la creatividad, que aparecen en los informes relativos a la economía considerada creativa, emanan, en su mayor parte, de agentes (autores e instituciones) interesados en promover dicha noción. De esta manera, la creatividad, unas veces se asimila y otras se la distingue de la innovación, considerada como un motor importante de la evolución del capitalismo, como se refleja especialmente en los trabajos de Schumpeter (1983). Para un autor como Manuel Castells, quien escribía en un momento en el que la retórica neocreativa estaba en sus inicios y que se inscribe en una trayectoria relativamente cercana, pero diferente, la innovación es una característica importante de empresarios individuales «que asumen riesgos y que consiguen beneficios» (Castells.1999: 405).

En un lado opuesto se sitúa Howkins (Howkins, 2008), que es uno de los principales teóricos de las industrias creativas y que considera que debe establecerse una distinción esencial entre la creatividad —que es individual— y que se opone a la innovación, la cual tiene lugar en el seno de un grupo o de una organización. Para este autor, la creatividad puede transformarse finalmente en innovación, si bien el proceso por el cual se pasa de una a otra no resulta fácilmente identificable en sus escritos. De todas formas, más allá de considerar si se trata de un constructo individual o colectivo, la cuestión central para evitar la confusión es estudiar el paso de la creatividad a la innovación. Las imprecisiones a este respecto se encuentran en un buen número de discursos promotores de las industrias creativas que, a menudo, tienen como característica un cierto determinismo en la manera de pensar las modalidades de transferencia de la creatividad individual a la innovación colectiva u organizacional.

Esta aproximación contradice el hecho de que la economía creativa y las industrias creativas coinciden, en gran medida, con campos en los cuales la creativi-

dad, en el sentido artístico del término, era —y continua siéndolo— esencial: la economía cultural y las industrias culturales (Liefvooghe, 2010).

En relación a los discursos sobre economía creativa, surge la necesidad de especificar lo que la creatividad tiene de inédito en relación a la de productor/artista de la economía cultural.

Debe subrayarse, por otro lado, que la creación en las industrias culturales puede ser colectiva. La misma necesidad de diferenciación teórica prevalece tanto para las industrias creativas como para las industrias culturales.

Las tentativas de relacionar la creatividad y la innovación tienen como efectos bien reales los de generar expectativas en el emprendedor que denominamos «creativo»; expectativas que antes se situaban en el nivel de grupo o de la organización.

Pero cuando se aborda la anterior cuestión, los autores no precisan el momento en que se efectúa el paso, y esto afecta tanto a autores como a organizaciones. Es especialmente cierto en el caso de las instituciones de la ONU que de forma amplia han utilizado el discurso de la creatividad. Para el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) y para la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (CNUCED), el término «creatividad» se refiere a la formulación de nuevas ideas y a la aplicación de estas ideas en la producción de obras de arte y de productos culturales originales, creaciones funcionales, invenciones científicas e innovaciones tecnológicas. En consecuencia, existe un aspecto económico de la creatividad, observable en la manera en la que contribuye a la iniciativa empresarial, alimenta la innovación, mejora la productividad y promueve el crecimiento económico. (PNUD y CNUCED, 2008: 81).

El papel desempeñado por las instituciones de la ONU en la promoción de la economía creativa no se agota en el nivel teórico, como lo demuestra el hecho de que la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) haya promovido esfuerzos para poner a punto instrumentos estadísticos, en especial a través del «Marco para las estadísticas culturales». También en la actualidad se desarrolla un trabajo para la puesta a punto de un régimen de propiedad adaptado al desarrollo de las industrias creativas en el interior de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), no sin ciertas reticencias.

Estas iniciativas institucionales no constituyen casos aislados, porque convergen con las dinámicas de otras instituciones como las universidades, quienes tienen un papel importante que desarrollar en la formación de recursos humanos, por una parte, y en la dinamización de los territorios, por otro. Como consecuencia, las universidades constituyen un eslabón fundamental para la formación en competencias para la economía creativa.

### 3. LAS UNIVERSIDADES EN LA FORMACIÓN DE LA MANO DE OBRA Y EN LA DINAMIZACIÓN DE LOS TERRITORIOS

En esta parte se abordan las relaciones entre las universidades y los territorios. La formación en creatividad es uno de los caballos de batalla de ciertas universidades que efectúan un *marketing* territorial (*branding*) explícito sobre la temática de la creatividad en los dos planos de la formación: la creatividad y la «contribución» al crecimiento económico mediante la innovación.

#### 3.1. Las Universidades y la formación en creatividad

Las universidades se ven sometidas a numerosas presiones relacionadas, en particular, con la evolución de las políticas públicas en materia de educación y en el campo de la cultura. Los cambios en las formas de financiación pública han supuesto que algunas universidades se hayan posicionado en el segmento de la formación en creatividad (Galligan, 2001). De esta forma, esta estrategia les permite legitimar su papel mediante la invocación del impacto positivo sobre la economía y la sociedad, lo cual es congruente con los discursos públicos sobre la importancia de promover la economía creativa.

A lo largo del mundo, diversas universidades han desarrollado programas de «gestión creativa». Así, la Universidad australiana de Queensland, una de las instituciones que más se han comprometido en esta vía, ha creado una Facultad de industrias creativas. Esta intervención de las universidades se realiza fundamentalmente mediante la investigación sobre las industrias creativas, el desarrollo regional y la transferencia de conocimientos (Taylor, 2008).

Las universidades se sitúan en el centro de las industrias creativas porque contribuyen a la formación de una mano de obra «creativa». El contexto es diferente porque los «trabajadores culturales» —con anterioridad largamente dependientes de las subvenciones públicas— se han transformado en «empreendedores creativos» —a los cuales se les requiere que muestren su autonomía y que se lancen en el nuevo universo competitivo de la economía creativa—; contexto que supone una transformación profunda del sector cultural en su conjunto (Menger, 2002). De ahí que la necesidad de formación, especialmente en las técnicas del *marketing* y de gestión se convierta en un imperativo en el cual las universidades, y, más en particular, ciertas Facultades consideren que tienen un papel importante que desempeñar. Algunas de estas lo reivindican explícitamente, muchas veces apoyadas por iniciativas políticas. Prueba de ello es el interés que pone la Comisión SCANS (*Secretary's Commission on Achieving Necessary Skills*) en Estados Unidos, en la primera década del siglo XXI, en la formación adecuada de la mano de obra que necesita la nueva economía. Las competencias y habilidades «necesarias» que se privilegian están relacionadas con la nueva economía creativa. Y no son única-

mente las competencias en gestión requeridas para formar emprendedores creativos las que se priorizan; también se considera esencial la enseñanza de las artes, para así reforzar la creatividad de los estudiantes, estén estos matriculados en carreras de ingeniería, de derecho o puramente de gestión.

### 3.2. Las relaciones de la universidad con el territorio y con la innovación

Las universidades desempeñan un papel fundamental en la dinamización de la economía regional, especialmente mediante sus relaciones con las industrias creativas y el desarrollo regional (Darchen y Tremblay, 2008).

La innovación constituye una clave fundamental para entender estas relaciones inéditas, que sin duda deben ser relativizadas, porque los estudios sobre el impacto económico de las universidades no han esperado a la emergencia de las industrias creativas. Simplemente, el impulso a la creatividad alcanza una dimensión particular que es presentada como totalmente nueva por sus promotores.

Las relaciones entre las universidades y el territorio pueden ser estudiadas según el nivel de contribución (directo e indirecto) de éstas al desarrollo económico de los territorios en los que están establecidas.

Esta contribución puede ser analizada en tres niveles (Taylor, 2008): la transferencia tecnológica y no tecnológica; las empresas creadas a partir de la actividad de la investigación universitaria (*spin out companies*) y los efectos económicos inducidos por la localización de las instituciones universitarias en una región determinada.

Esta triplete, que explícitamente se inscribe en la literatura de promoción de la economía creativa, establece relaciones entre la universidad, su localización y su entorno territorial físico. Dicha triplete puede ser interpretada como continuista de muchos trabajos en economía de la educación, si bien, al considerar el anclaje territorial también la sitúa cerca de los trabajos de geografía económica.

En el lado opuesto, aunque dentro de los discursos de promoción de la economía creativa, otros autores «desconectan» la universidad de su territorio inmediato para medir su contribución global a la innovación. Florida *et al.* (2006) identifican tres modalidades de esta contribución: la transferencia de resultados de la investigación universitaria al sector industrial; las licencias y patentes creadas por los laboratorios de investigación universitarios y la creación de empresas a partir de tecnologías desarrolladas en el seno de las universidades<sup>1</sup>. En lo que concierne a la innovación, la investigación realizada por estos autores conduce a un análisis matizado de la relación entre las universidades y la economía creativa.

<sup>1</sup> Los casos más citados como ejemplares son los del MIT o de Stanford, en los que el análisis permite establecer la correlación, estadísticamente significativa, entre innovación y desarrollo económico.

En particular, estudia la coexistencia de una industria creativa (*hi-tech*) y de universidades que innovan, en el conjunto de los Estados Unidos, a partir de los datos estadísticos disponibles<sup>2</sup>, de forma que se obtiene la clasificación del cuadro nº 1.

**Cuadro nº 1. GRADO DE PATENTES REALIZADAS POR UNIVERSIDADES VERSUS ALTA TECNOLOGÍA REGIONAL**

|                                                            | Tejido industrial<br><i>Hi-Tech</i>                                              | Tejido industrial<br><i>Low-Tech</i>                         |
|------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| Universidades muy innovadoras<br>(alto grado de patentes)  | Galveston<br>Charlottesville<br>Athens<br>Bryan-College Station<br>State College | Los Angeles<br>Houston<br>Atlanta<br>Boston<br>San Jose      |
| Universidades poco innovadoras<br>(bajo grado de patentes) | Detroit<br>Baton Rouge<br>Springfield MA<br>Mobile<br>Lexington                  | New York<br>Washington DC<br>Nassau<br>Newark<br>Portland OR |

Fuente: Florida et al., 2006, p. 18.

Mediante el establecimiento de correlaciones estadísticas a partir de los datos disponibles, los autores sostienen que el tejido industrial sobre el cual están situadas las universidades no se beneficia automáticamente de la proximidad de instituciones académicas muy innovadoras (medidas y clasificadas por la I+D y por el número de patentes y licencias registradas).

Por tanto, la hipótesis de la difusión de la innovación de la universidad hacia el tejido industrial es cuestionada, y los anteriores autores consideran que la universidad innovadora no hace más que enviar una «señal» que el *milieu* industrial es más o menos capaz de captarla para después aprovecharla.

En muchos casos, estas señales serían recibidas y explotadas por industrias muy distantes de las universidades que las enviaron. Se llegaría así a una estructura de relaciones entre universidades y territorios caracterizada por un juego de suma cero, con ganadores en tecnología surgida de la universidad (*University-Technology Winners*) y con perdedores (*University-Technology Losers*)<sup>3</sup>.

<sup>2</sup> Los datos proceden de la AUTM (*Association of University Technology Managers*) y de IPEDS (*Integrated Post-Secondary Education Dataset*), del Departamento de Educación.

<sup>3</sup> Que subraya la economía de la competencia en la cual se inscriben los trabajos de Richard Florida, y en donde el recurso por excelencia —la clase creativa— es considerado mediante la metáfora del flujo, y que va hacia las zonas (*milieux*) más atractivas en términos de tecnología, talento y tolerancia.

Los ganadores son las ciudades o los territorios que conjugan universidades innovadoras e industrias de tecnología punta. Florida et al. (2006) sostienen la tesis según la cual para que un territorio se beneficie de la transferencia de innovaciones de las universidades, es necesario que existan en el lugar recursos humanos —clase creativa— capaces de sacar partido de las señales procedentes de las universidades, las cuales han sido captadas y retenidas.

En esta perspectiva, la universidad no se considera como un motor (*engine of innovation*) que irradia innovaciones que automáticamente son captadas por el sector industrial situado en el territorio circundante. Más bien al contrario, es cuestión de superar este modelo de transferencia para analizar la contribución de las universidades a la economía creativa a partir de una estructura más compleja, destinada a corregir la sobreestimación del factor «innovación tecnológica» a la vez que se considera la «tolerancia» y el «talento», todo ello en beneficio de la economía creativa, de la economía urbana y de los territorios (Florida, 2002).

Las implicaciones últimas de este modelo son las de situar conjuntamente los territorios y las universidades en el marco de un juego de competencia, en el que los actores implicados no deben ser buscados en el entorno geográfico, sino más bien en el marco ampliado a nivel mundial de una economía creativa que se caracteriza por la movilidad de los recursos, que en este caso son las innovaciones y los individuos creativos.

Ahora bien, no todos los discursos de promoción convergen sobre esta cuestión de las relaciones entre las universidades y los territorios, llegando incluso a formular lo contrario. En Gran Bretaña, el Departamento para la Cultura, los Medios y el Deporte<sup>4</sup> (DCMS en inglés) y la Dotación Nacional para la Ciencia, la Tecnología y las Artes (NESTA en inglés)<sup>5</sup>, consideran una transferencia directa entre el medio académico y el sector industrial. Esta transferencia directa constituye una de las razones para que el desarrollo de competencias en emprendizaje se valore particularmente. NESTA insiste en que la educación, en general, y el emprendizaje no pueden ser realizados de manera independiente ni por la universidad ni por la industria. Por lo tanto, para apoyar a las industrias creativas debe potenciarse la colaboración entre ambas, tanto para la formación reglada como para la continua (NESTA, 2007).

La colaboración universidad-industrias creativas debe intervenir tempranamente, desde la fase de concepción de los planes de estudio. Dicha colaboración está destinada a beneficiar de manera conjunta a los universitarios y a los profe-

<sup>4</sup> En 2006 elaboró el documento: *Developing Entrepreneurship for the Creative Industries. The Role of Higher and Further Education*, cuyo título muestra a las claras su contenido.

<sup>5</sup> En 2007 publicó, en el británico *Art Design Media Subject Centre* un informe titulado *Creating Entrepreneurship, Higher Education and the Creative Industries*.

sionales de los sectores creativos. Los polos innovadores constituyen una expresión en sí misma a la vez que un potenciador de este tipo de sinergias consideradas como necesarias. Se trata de una tendencia fuerte que se encuentra en las iniciativas y en los discursos centrados en los territorios; y de manera especial en el *mapping* y en el *marketing* territorial.

#### 4. LOS TERRITORIOS EN LA ERA DE LAS MARCAS: EL MARKETING TERRITORIAL

99

La economía creativa coloca de forma inédita las relaciones entre las organizaciones, los actores humanos y los territorios. Los trabajos de Michael Porter (1990) han sido determinantes, para que múltiples decisores, a nivel mundial, hayan promovido el desarrollo de aglomeraciones creativas (*cluster*) con el objetivo de favorecer el desarrollo de negocios sobre una base territorial. En la coyuntura internacional de deslocalización, numerosas actividades económicas emigran hacia países que ofrecen menores costes de producción.

En consecuencia, el posicionamiento de ciudades, de cualquier tamaño, sobre la creatividad puede verse como una alternativa tentadora. Siguiendo el ejemplo británico, el registro cultural/creativo se ha convertido en un elemento importante del discurso que las ciudades realizan sobre ellas mismas para transformarse en ciudades atractivas y así promocionarse ante los inversores, las autoridades públicas e incluso ante sus propios habitantes (Landry, 2000).

La correlación entre la presencia de una concentración significativa de industrias creativas, en un determinado territorio, y el desarrollo urbano constituye una de las principales preocupaciones de los teóricos del *clustering*. El *clustering* espacial de las industrias creativas no tiene nada de espontáneo; en parte se debe a las estrategias elaboradas por los Estados y las ciudades para atraer inversiones, fundamentalmente en la alta tecnología o en el sector cultural de alto valor añadido.

En la alta tecnología —considerada en la casi totalidad de modelos como parte de las industrias creativas—, los polos de innovación de las firmas internacionales tienen tendencia a ser implantados en las zonas en las que existe un conjunto (*basin*) significativo de competencias pertinentes para los empresarios.

En consecuencia, la estrategia de las ciudades consiste en captar y en retener en su territorio aquellos recursos escasos y apreciados, que a su vez van a atraer a las empresas y a favorecer el desarrollo de la actividad económica. La atracción y la conservación de una mano de obra altamente cualificada son por tanto determinantes, y sutilmente se desliza la idea de que la creatividad es individual y que va a permitir finalmente dinamizar un territorio.

Paras las ciudades se convierte en una necesidad apremiante conjugar un *marketing* territorial<sup>6</sup> (*branding*) con una planificación urbana con el fin de atraer a los individuos creativos, quienes al estar situados en un determinado espacio permitirán caracterizar la existencia de una clase creativa (Florida, 2002).

La tecnología, el talento<sup>7</sup> y la tolerancia (3T) constituyen las categorías a partir de las cuales Florida (2002) caracteriza la creatividad como elemento determinante del dinamismo industrial y económico de las ciudades y de los territorios en esta era de la creatividad. Este análisis, al situar la creatividad como elemento fundamental si no exclusivo del desarrollo de los territorios, simplifica en exceso, ya que en realidad existe una red de relaciones complejas.

En este modelo explicativo, el motor de la creación de riqueza y de dinamismo económico de las ciudades, de las regiones y de las naciones, se fundamenta más en los individuos que en las empresas o que en el territorio geográfico. Por tanto, el papel asignado a las políticas será el de buscar captar los recursos humanos escasos en un sistema de suma cero, en donde tanto las organizaciones públicas como privadas que actúan en el mismo sector, codician dichos recursos. En consecuencia, de la misma manera que las universidades pueden caracterizarse como ganadoras (*winners*) o perdedoras (*losers*), las ciudades y los territorios compiten a escala global para atraer y conservar los individuos creativos, y se caracterizan por una gran movilidad a escala internacional.

Numerosos trabajos matizan este modelo, al mostrar que la jerarquía industrial, a escala internacional, así como en el interior de un país, permanece inmutable, por lo esencial. Las ciudades de tamaño medio, a pesar de los esfuerzos materiales y financieros invertidos en infraestructuras y en *marketing* territorial, se sitúan fuera de juego en relación a las grandes metrópolis vecinas, de las que continúan dependiendo (Kunzmann, 2004).

No obstante, no puede dejar de señalarse que el *mapping*, que le precede en la estrategia territorial para la dinamización económica, junto al *marketing* territorial ocupan un lugar central en la panoplia de instrumentos de promoción movilizadas por las ciudades y por las regiones. El *mapping*, constituye una ayuda a la decisión política por cuanto permite un «esfuerzo de identificación de todas las actividades

<sup>6</sup> Un ejemplo manifiesto de esta tendencia lo constituye el caso de la ciudad de Québec, que recurrió a los servicios del gurú franco-americano Clotaire Rapaille para desembarazarse de la imagen de «vieja capital» y volver a crear una marca (*rebranding*) para la ciudad. No obstante, la colaboración acabó mal.

<sup>7</sup> El talento tiene su medida; se mide mediante el censo de los individuos mayores de 25 años y que poseen, al menos, una licenciatura, se encuentren trabajando, o no. Para medir si una ciudad retiene o pierde creatividad, los autores establecen la relación entre los *talentosos* y la población que ha acabado la secundaria y que se encuentra en la universidad. Pueden así mediante este índice clasificar las regiones perdedoras (*Drain Brain*) y ganadoras (*Brain Gain*).

económicas pertinentes de las organizaciones, del empleo y de las relaciones en un espacio determinado, como una ciudad o región» (UNESCO:5).

Se trata de un instrumento capaz de favorecer las sinergias entre los actores de un territorio mediante el mutuo conocimiento de sus campos de especialización y de intervención. Las posibilidades de colaboración y de complementariedad son valoradas por las autoridades públicas quienes presentan así el territorio según una lógica de oferta global, capaz de favorecer las sinergias.

Los objetivos en el ámbito del *marketing* territorial pueden ser muy diferentes: la redinamización industrial, la atracción de inversiones en la alta tecnología y espectáculos, el *branding* ligado al saber hacer tradicional, etc. También lo son los registros sobre los que se posicionan las ciudades. Montreal<sup>8</sup> construye una zona dedicada a espectáculos —*Quartier des spectacles*— a la vez que comunica la existencia en su territorio de competencias de muy alto nivel en el campo de los juegos 3D, mientras París puede explotar su situación única como ciudad patrimonial por excelencia. Florida juega la baza de la diversidad étnica y sexual e invierte en la marca (*branché*). En Francia, el caso de Lyon constituye un caso ejemplar de la creación de sinergias entre el entorno industrial y el científico, mediante el polo de competitividad *Lyonbiopôle*.

El *marketing* territorial incluye el *city branding*, que consiste en valorizar una ciudad en tanto que crea una marca asociándole un determinado *slogan*: Only Lyon. Se trata de vender un producto a diferentes agentes, privados y públicos.

El *marketing* territorial traduce, por tanto, los esfuerzos realizados por un país, una región, una unidad administrativa o una ciudad para hacerse valer globalmente. Al colocar el acento sobre las sinergias relativas a la temática de la creatividad y de la innovación, el *marketing* territorial promueve una imagen de cohesión —de homogeneidad— de los territorios, aunque a veces la realidad se caracterice por la fragmentación. Inmediatamente aparece un posible problema, ya que uno de los efectos de la búsqueda de sinergias a nivel territorial puede traducirse en el olvido de la heterogeneidad del territorio, como consecuencia de centrarse exclusivamente en aquellas partes y en aquellos agentes pertinentes para la estrategia de marca, ignorando aquellos que se consideran que no lo sean (Oakley, 2006). Mientras que la heterogeneidad y la fragmentación, Oakley la refiere a los territorios, a la diversidad, que siempre parece más relacionada con los actores y organizaciones de todo tipo (tecnológicas, diseño, arquitectura, artesanado, etc.).

<sup>8</sup> Montreal se posiciona simultáneamente sobre los registros de la producción y del consumo como lo muestra el énfasis colocado sobre los espectáculos —consumo cultural— y sobre la producción creativa —juegos de video—. No obstante, la prioridad asignada al turismo o a la acción «participativa» de los acontecimientos culturales permite, a menudo, que se le clasifique como ciudad más bien del lado del consumo.

El *marketing* territorial está destinado a una diversidad de agentes: inversores, turistas, mano de obra creativa, organizaciones diversas, universidades, etc. En las políticas públicas, el poder político es un interlocutor fundamental para los territorios en su estrategia de promoción institucional y en esta promoción, los territorios se benefician, además, de la ayuda de los poderes públicos<sup>9</sup>. En la próxima sección, se abordan los aspectos relacionados con el papel de las instituciones públicas, tanto a escala nacional como internacional, en la promoción de las industrias creativas y de la economía creativa.

## 5. EL PAPEL DE LOS AGENTES PÚBLICOS

La paternidad de la noción de industrias creativas es generalmente atribuida a Chris Smith, secretario de cultura en Gran Bretaña en los años noventa con el gobierno laborista de Tony Blair. Con el propósito de obtener fondos suplementarios del Tesoro británico para la financiación de las artes, presentaba las industria de la cultura bajo el prisma de la producción de valor económico, centrándose en los empleos creados y en la contribución de estas industrias a la actividad económica y a los ingresos fiscales.

El interés de las autoridades públicas hacia la economía creativa ha tenido como efecto el desplazamiento del centro de gravedad de las políticas públicas relativas al consumo y al tránsito cultural hacia la producción y hacia la creatividad (Garnham, 2005).

La búsqueda creciente de la competitividad hace que se conceda gran importancia a la creatividad individual, a la vez que se asiste al deslizamiento de las preocupaciones públicas en materia de cultura desde el consumo hacia la producción. En cuanto a los ejes de intervención de los poderes públicos, puede decirse que son diversos: grandes proyectos en infraestructuras, programas de ayuda al sector y a los agentes que en él se sitúan, incentivos fiscales, refuerzo de capacidades, *mapping*, desarrollo de herramientas estadísticas y de instrumentos de evaluación, etc.

Al no existir taxonomías oficiales, las herramientas estadísticas buscan medir la contribución de las industrias creativas a la economía global. En consecuencia, para evaluar dicha contribución, en términos de actividad productiva, se necesita un trabajo importante de reformateo de la categorías de la contabilidad pública nacional, como el que realizan las administraciones nacionales de estadística, entre las que destacan los trabajos de la australiana -*Australian Bureau of Statistics*- y de la británica —*Office for National Statistics*—.

<sup>9</sup> Es el papel desempeñado en Francia por la DATAR (*Délégation à l'Aménagement du Territoire et à l'Action Régionale*).

Estas iniciativas públicas e institucionales se realizan conjuntamente con los trabajos teóricos de circunscripción<sup>10</sup> de las industrias creativas (Throsby, 2001; Howkins, 2001). Es en este mismo sentido se orientan los numerosos esfuerzos para la puesta a punto de índices estadísticos (*composites*), de cara a legitimar las iniciativas en favor de las industrias creativas, ya que así se verá demostrada su contribución al crecimiento económico. No obstante, dichos esfuerzos desbordan el marco nacional de forma que algunos actores institucionales internacionales, especialmente UNESCO y CNUCED se esfuerzan en la creación de categorías objetivas.

UNESCO es muy activa, especialmente desde 1997 en que publica el Informe titulado «Nuestra creativa diversidad» y también mediante su implicación como lugar de concertación en torno a las cuestiones relativas a la cultura y a la creatividad. De manera similar a otras instituciones especializadas de la ONU, como CNUCED y PNUD, UNESCO coloca en relación las industrias creativas con la cuestión de la diversidad cultural, a la vez que afirma con fuerza la importancia de las industrias creativas para el desarrollo económico de las naciones. Lo anterior es enunciado con claridad: «(...) el apoyo a las industrias creativas nacionales debe ser considerado como parte integrante de la promoción y de la protección de la diversidad cultural»<sup>11</sup> (PNUD y CNUCED, 2008:38).

Se asiste a un proceso de ampliación del campo de aplicación de la creatividad puesto que las industrias creativas incluyen las industrias culturales, en el sentido más clásico del término. Dicha ampliación está presente en los discursos sobre industrias creativas, pretendiendo promover políticas que contribuyan a diversificar los sectores de apoyo a la cultura. Así, la Unión Europea relaciona la cultura con el turismo, la creación de empleos, la alta tecnología o la diversidad cultural. Dichas relaciones le permiten justificar programas específicos de apoyo a estos sectores, mediante la evocación de un doble registro —cultural y económico—, presente cuando se habla de la contribución a la economía creativa.

Además de esta ampliación del campo de la creatividad en relación a la cultura, los discursos públicos traducen de manera neta una cierta forma de internacionalización de las industrias creativas. La educación y la formación se invocan, en el marco de las políticas públicas británicas, como apoyo a la competitividad británica frente al crecimiento de los países emergentes (Schlesinger, 2007).

La educación se convierte así en un campo predilecto de la intervención pública para promover la marca Gran Bretaña (*branding the UK*) en el plano internacional.

<sup>10</sup> Que tiene más relación con una ampliación que a una definición controlada y restringida.

<sup>11</sup> No obstante, la lógica de desarrollo de las industrias creativas no parece militar en favor de esta tesis, o al menos, no en los términos en los cuales la diversidad cultural fue institucionalizada por la UNESCO, en 2005.

Para ello, la promoción del país como centro creativo (*creative hub*) se hace de manera complementaria a la de las regiones como *clusters* creativos (*creative clusters*).

Las estrategias en materia de creatividad se despliegan simultáneamente sobre varias escalas: locales, nacionales y globales. En Francia, el papel de mediador entre los profesionales franceses y extranjeros de las industrias culturales y creativas lo desempeña la Subdirección de la diversidad cultural y del patrimonio mundial<sup>12</sup>, perteneciente al Ministerio de Asuntos Exteriores y es una buena muestra de la orientación que los poderes públicos quieren dar a las industrias y actividades creativas hacia la competitividad internacional.

Al mismo tiempo, el posicionamiento se hace más específicamente sobre el registro cultural mediante las acciones que realizan los Estados en el campo de las industrias creativas con la promoción de la diversidad cultural y de la preservación de la especificidad de las producciones culturales nacionales.

En este sentido, se puede decir que las políticas nacionales en la Unión Europea, actúan simultáneamente sobre los dos registros de la cultura y de la economía, cuando se trata de promover la competitividad en el plano internacional o cuando se busca preservar el saber-hacer doméstico.

Por tanto, las políticas públicas traducen el nuevo universo discursivo ligado a las industrias creativas. En el espacio nacional, dichas políticas intentan movilizar los actores en torno a objetivos convergentes que son explicitados según modalidades diversas, según que el discurso esté destinado al ámbito local, al nacional (territorios) o a la competencia internacional.

## 6. CONCLUSIÓN

Durante los años ochenta las artes y la cultura comienzan a acercarse al campo de la economía, por un lado, y al de la ordenación urbana, por otro. Especialmente en Gran Bretaña se habla cada vez más de «productores culturales». Esta tendencia se refuerza en la década siguiente con la emergencia de la noción de economía e industria creativas.

A veces de manera confusa, la creatividad aparece relacionada con la innovación en el marco de las industrias creativas. El interés por las cuestiones relativas a la innovación plantea la pertinencia de las universidades y de los territorios en los discursos sobre la creatividad. El análisis de la literatura muestra que las universidades y los territorios se articulan en torno a determinadas expectativas, especialmente la dinami-

<sup>12</sup> La Subdirección asegura una misión de vigilancia tecnológica (*veille*) a nivel nacional e internacional y coordina la acción de los agentes franceses del sector, de cara a reforzar su competitividad a nivel internacional.

zación económica y la búsqueda de sinergias en el ámbito de las industrias creativas. En este proceso, los poderes públicos tienen un papel importante que desarrollar y proveen un *package* institucional adecuado a la promoción de los territorios en dicho ámbito.

Los trabajos de Landry (2000) sobre la ciudad creativa y los de Florida (2002) sobre la clase creativa, se inscriben en el marco de una economía globalizada y muy competitiva y han atraído la atención de los planificadores y ordenadores urbanos en todas las partes del mundo. Las ciudades tienden masivamente a posicionarse sobre el tablero creativo, lo cual tiene como resultado que las ciudades presten menos atención a las problemáticas socio-económicas clásicas, como la heterogeneidad en el interior de los territorios o las desigualdades estructurales (Oakley, 2006).

La generalización del *marketing* territorial y la búsqueda de sinergias en busca a vender un territorio dado implican un cierto descuido de las disparidades territoriales. Se puede señalar que esta generalización y el descuido constituyen una tendencia, ya hoy presente, en la gestión pública de los territorios.

Mientras que los autores no siempre se ponen de acuerdo sobre los modelos explicativos de las relaciones entre los territorios y la innovación, las autoridades públicas insisten sobre la transferencia de la innovación procedente de la universidad hacia el tejido industrial, en el interior de un territorio. Este modelo se pone en entredicho por la ampliación de los territorios que ensancha el espacio de la competencia y por el hecho de que las universidades producen innovaciones cuya captación y rentabilización no responden a ninguna lógica territorial predeterminada (Florida *et al.* (2006).

Por su parte, los gestores de los territorios colocan en relación las universidades y el conjunto de actores económicos y culturales para proponer una oferta institucional global a los diferentes interlocutores (Estados, inversores privados, trabajadores). Las técnicas aplicadas de manera clásica a la promoción de una marca se utilizan ahora para que contribuyan al desarrollo de las ciudades, regiones e incluso países, en relación a las industrias creativas. La generalización, a escala mundial, del *city branding* y del *marketing* territorial constituyen una buena muestra.

El papel instrumental desempeñado por las instituciones internacionales o por las políticas públicas nacionales consiste en reciclar las justificaciones clásicas en relación a las industrias culturales (excepción o diversidad cultural), bajo el signo de la ambivalencia de las industrias creativas. Se trata de centrar los discursos sobre la competitividad económica o el componente cultural en función de los públicos a los que se dirige.

La temática de la contribución de las industrias creativas a la economía creativa global sirve como importante justificante en los dos casos, y para medir esta contribución se confeccionan herramientas estadísticas *ad hoc*. Las industrias creativas se

mueven dentro de un contexto de ficción autocumplida que llega a definir, producir y a medir las industrias creativas que, a su vez, se convierten en un instrumento de crecimiento e incluso de recomposición y de transformación de las universidades, de los territorios y de la economía, y que las define como universidades creativas, territorios creativos y economía creativa.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AYDALOT, Ph. (1976): *Dynamique spatiale et développement inégal* Economica, Paris.
- BOUQUILLION, Ph. y PAILLIART. I. (2006): *Le déploiement des TIC dans les territoires. Le rôle des collectivités territoriales* PUG, Grenoble.
- CASTELLS, M. (1999): *Fin de millénaire* Fayard, Paris.
- CUNNINGHAM, S. (2002): «From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry, and Policy Implications». *Media Information Australia Incorporating Culture & Policy*, No 102. En [http://eprints.qut.edu.au/archive/00000588/01/cunningham\\_from.pdf](http://eprints.qut.edu.au/archive/00000588/01/cunningham_from.pdf).
- DARCHEN, S. y TREMBLAY D-G. (2008) : *Les milieux innovateurs et la classe créative : revue des écrits et analyse de leur application en milieu urbain*. Note de recherche de la Chaire du Canada sur les enjeux socio-organisationnels de l'économie du savoir. En <http://www.telug.quebec.ca/chaireecosavoir/pdf/NRC08-1.pdf>.
- DASGUPTA, P., y DAVID P. (1994): «Toward a New Economics of Science». *Research Policy*, 23 (3):487-521.
- FLORIDA, R. (2002): *The Rise of the Creative Class* Basic Books, New York.
- FLORIDA, R., GATES G, KNUDSEN B. y STOLARICK K. (2006): *The University and the Creative Economy*. En [http://creativeclass.com/rfcdgb/articles/University\\_andthe\\_Creative\\_Economy.pdf](http://creativeclass.com/rfcdgb/articles/University_andthe_Creative_Economy.pdf).
- GALLIGAN, A. M. (2001): *Creativity, Culture, Education, and the Workforce*. Issue Paper. Washington, D.C.: Center for Arts and Culture. En <http://www.culturalpolicy.org/pdf/education.pdf>.
- GARNHAM, N. (2005): «From Cultural to Creative Industries: An Analysis of the Implications of the 'Creative Industries' Approach to Arts and Media Policy Making in the United Kingdom». *International Journal of Cultural Policy*, 11 (1):15-29.
- HOWKINS, J. (2001): *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas* Penguin, Londres.
- HOWKINS, J. (Entrevista). (2008): *Comprendre le moteur de la créativité dans une économie créative*. En [http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/fr/documents/pdf/cr\\_interview\\_howkins.pdf](http://www.wipo.int/export/sites/www/sme/fr/documents/pdf/cr_interview_howkins.pdf).
- KUNZMANN, K R. (2004): «An Agenda for Creative Governance in City Regions». *DISP*, no 158:5-10.
- LANDRY, Ch. (2000): *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators* Earthscan, Londres.
- LASH, S. y URRY J. (1987): *The End of Organized Capitalism* Polity, Cambridge.
- LIEFOOGHE, Ch. (2010): «Économie créative et développement des territoires. Enjeux et perspectives de recherche» *Innovations*, n. 31:181-197.
- MENGER, P-M. (2002): *Portrait de l'artiste en travailleur. Métamorphoses du capitalisme* Éditions du Seuil et La République des idées, Paris.
- NACCCE (National Advisory Committee on Creative and Cultural Education) (1999): *All Our Futures: Creativity, Culture and Educa-*

- tion. En <http://www.cypni.org.uk/downloads/alloutfutures.pdf>
- NESTA (National Endowment for Science, Technology and the Arts) (2007): *Creating Entrepreneurship. Entrepreneurship education for the creative industries*. En <http://www.adm.heacademy.ac.uk/projects/sector-projects/creating-entrepreneurship-entrepreneurship-education-for-the-creative-industries>.
- NYCAE (New York Center for Arts Education) (2007): *Creative Learning, Creative Work. Preparing Young People for NYC's Creative Industries*. En <http://www.cae-nyc.org/pages/wp-content/uploads/2008/04/clcw-summary-report-final.pdf>.
- OAKLEY, K. (2006): «Include us out - Economic Development and Social Policy in the Creative Industries» *Cultural Trends*, 15 (4), 255-273.
- PNUD et CNUCED (2008): *Creative Economy Report*. [http://www.unctad.org/fr/docs/ditc-20082cerooverview\\_fr.pdf](http://www.unctad.org/fr/docs/ditc-20082cerooverview_fr.pdf)
- POIRRIER, Ph. (2000): *L'État et la Culture en France au XXe siècle* Le Livre de Poche, Paris.
- PORTER, M. (1990): *The Competitive Advantage of Nations* Free Press, New York.
- PRATT, A. (2007): «An Economic Geography of the Cultural Industries». En <http://eprints.lse.ac.uk/855>.
- ROSENBERG, N. y NELSON R. (1994): «American Universities and Technical Advance in Industry». *Research Policy*, vol. 23-3:323-348.
- SCHLESINGER, Ph. 2007. «Creativity: From Discourse to Doctrine». *Screen*, 48 (3): 377-387.
- SCHUMPETER J. (1983): *Histoire de l'analyse économique* Gallimard Paris.
- SHAHID Y, y NABESHIMA, K. (2003): *Urban Development Needs Creativity: How Creative Industries Can Affect Urban Areas* OUTREACH, nov. En <http://www.devoutreach.com/nov03/TextOnlyVersion/tabid/1221/Default.aspx>
- THROSBY, D. (2001): *Economics and Culture* Cambridge University Press, Cambridge.
- TAYLOR, C. (2008): «Developing Relationships Between Higher Education, Enterprise and Innovation in the Creative industries», en HENRY, C. (dir.). *Entrepreneurship in the Creative industries: An International Perspective* Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- TREMBLAY, G. (2008): «Industries culturelles, économie créative et société de l'information», *Global Media Journal*, 1 (1), 65-88.
- UNESCO. 1998. Intergovernmental Conference on Cultural Policies for Development, Final Report, Stockholm, Sweden, 30 March - 2 April 1998, UNESCO.
- UNESCO. (sin fecha). *Comprendre les industries créatives. Les statistiques culturelles et les politiques publiques*. En [http://portal.unesco.org/culture/fr/files/30297/12029162373\\_cultural\\_stat\\_fr.pdf/cultural\\_stat\\_fr.pdf](http://portal.unesco.org/culture/fr/files/30297/12029162373_cultural_stat_fr.pdf/cultural_stat_fr.pdf)

---

# *Desarrollo económico, Ilustración y transformación creativa: las industrias creativas en China*

Este artículo explica algunas de las implicaciones que tiene para China su programa de industrias creativas y se detallan varias hipótesis de varios autores sobre la capacidad de las industrias culturales de ser elemento clave para el cambio de economía copiadora a economía innovadora o bien de estar su desarrollo constreñido a la rigidez del sistema político o incluso que su propio desarrollo promoverá el cambio político y social. En este artículo se señala que las industrias creativas toman ciertos elementos de un concepto previo de industrias culturales vinculándolo a una nueva clase de agenda de desarrollo económico. Aunque esta agenda plantea problemas al gobierno chino, no implica en sí misma el tipo de cambio político democrático radical al que la asocian diversos autores. Así las industrias creativas pueden ser adoptadas por un régimen chino que sigue funcionando de la misma manera que hasta ahora.

*Artikulu honetan Txinako sorkuntza-industrien programak dituen zenbait konpromiso azaldu dira. Halaber, hainbat egilek egindako hipotesiak zehaztu dira: kultura-industriek ekonomia kopiatzailetik ekonomia berritzaile aldatzeko funtsezko elementu izateko duten gaitasuna, horren garapena sistema politikoaren zorrotasunari mugatuta egotea, edo garapenak berak sustatuko dituela aldaketa politiko eta soziala. Artikulu honetan adierazi da sorkuntza-industriek kultura-industriaren aurretiko kontzeptutik hartu dituztela zenbait elementu, garapen ekonomikokoaren beste agenda-mota bati lotuz. Agenda horrek arazoak eragiten dizkio Txinako gobernuari, baina ez du berez ekartzen egile batzuek aipatzen duten aldaketa politiko demokratiko erradikalaren mota zehatz hori. Horrela bada, orain arte bezala funtzionatzen jarraitzen duen Txinako erregimenak ere har ditzake sorkuntza-industriak.*

This paper examines some of the implications for China of the creative industries agenda as drawn by some recent commentators. The creative industries have been seen by many commentators as essential if China is to move from an imitative low-value economy to an innovative high value one. Some suggest that this trajectory is impossible without a full transition to liberal capitalism and democracy - not just removing censorship but instituting 'enlightenment values'. Others suggest that the development of the creative industries themselves will promote social and political change. The paper suggests that the creative industries takes certain elements of a prior cultural industries concept and links it to a new kind of economic development agenda. Though this agenda presents problems for the Chinese government it does not in itself imply the kind of radical democratic political change with which these commentators associate it. In the form in which the creative industries are presented —as part of an informational economy rather than as a cultural politics— it can be accommodated by a Chinese regime doing 'business as usual'.

## Índice

---

1. Introducción
2. Creatividad como innovación
3. China: calle sin salida
4. Caballo de Troya
5. Consumo creativo
6. Capitalismo bueno y malo
7. Conclusión

### Referencias bibliográficas

Palabras clave: industrias creativas; industrias culturales; China; consumo; espíritu empresarial; modernidad.

Keywords: creative industries, cultural industries, China consumption, entrepreneurship, modernity.

N.º de clasificación JEL: Z10,Z11.

---

## 1. INTRODUCCIÓN

Muchos prestigiosos comentaristas consideran que las industrias creativas son esenciales para que China pase de ser una economía imitativa de escaso valor añadido a una economía innovadora de alto valor. Algunos sostienen también que esta trayectoria es imposible sin una transición plena al capitalismo liberal y a la democracia, es decir, no se trata sólo de acabar con la censura sino de instituir ‘valores ilustrados’. Otros sostienen que el desarrollo de las industrias creativas promoverá por sí mismo el cambio político y social. En este artículo se defiende que las industrias creativas toman ciertos elementos del concepto previo de industrias culturales vinculándolo a una nueva clase de desarrollo económico. Aunque este modelo de desarrollo plantea problemas al gobierno chino, no implica en sí misma el tipo de cambio político democrático radical al que la asocian los comentaristas citados. La forma en que se presentan las industrias creativas —como parte de una economía de información más que como una política cultural— puede ser adoptada por el actual régimen comunista chino y seguir funcionando como si ‘aquí no hubiera pasado nada’.

Este artículo hace referencia al proceso de transferencia internacional de políticas relacionadas con las industrias creativas en lo que concierne concretamente a China. El tipo de discurso que contienen dichas políticas no es nunca meramente técnico, como no podría serlo en un campo tan ambiguo, reñido y maleable como es el de las industrias creativas. Como han demostrado una serie de comentaristas, las 'industrias creativas' han sido adoptadas por los gobiernos de forma diferente según las necesidades locales, sean éstas estructurales o meramente transitorias (Wang, 2004; Kong *et al.*, 2006; Cunningham, 2009). En la primera parte de este artículo, trato de identificar lo que podría diferenciar un discurso sobre industrias creativas de otro previo, relativo a industrias culturales. Este último proviene de una escuela crítica de economía política que realizaba estudios mediáticos y culturales pero que también contaba con una agenda de políticas culturales más positiva, enraizada en los nuevos movimientos sociales urbanos de izquierda del periodo posterior al «sesenta y ocho». Sugiero que el discurso sobre industrias creativas debe mucho a la retórica emancipatoria de aquella época pero que, en última instancia, se convierte en una política de consumo creativo. En la segunda parte, lo analizo a la luz de diferentes opiniones sobre el futuro de las industrias creativas en China.

## 2. CREATIVIDAD COMO INNOVACIÓN

Por un lado, trazar el origen del discurso de las industrias creativas es bastante sencillo —proviene (vía la iniciativa 'País Creativo' del gobierno laborista australiano) del Documento de Identificación de industrias creativas del Departamento de Cultura, Medios y Deporte del gobierno británico (DCMS 1998). Pero por otro, las repercusiones de este reciente objeto de elaboración de políticas son objeto de gran oposición. Algunos autores (entre los que se incluye el de este artículo) resaltan su relación con las anteriores industrias culturales, las cuales, en tanto que ámbito académico y de elaboración de políticas se remonta al menos hasta los años sesenta (Banks, 2007; Hesmondhalgh, 2007; O'Connor, 2007). Desde esta perspectiva, el concepto de 'industrias creativas' ha sido tachado de oportunista y, su término de confuso y equivocado (Garnham, 2005; Pratt, 2005; Hesmondhalgh, 2007; O'Connor, 2009; 2010) y, a menudo se sostiene que su adopción constituye un paso radical del extremo cultural al político en el espectro de valores que sustentan las políticas (Banks y O'Connor, 2009).

Para otros, sin embargo, el discurso sobre industrias creativas constituye una ruptura radical con las 'industrias artísticas y culturales'. En primer lugar este discurso reivindica un juego más democrático que permita pasar de una cultura subvencionada con fondos públicos (*top-down*) a una cultura orientada al mercado y ascendente (*bottom-up*). Este discurso está vinculado con el que sostiene que la proliferación de tecnologías Web 2.0 ha minado el papel de las grandes corporaciones de la 'industria cultural', ampliado la influencia activa de los consumidores dentro

del proceso de producción ('prosumo'<sup>1</sup>, 'cocreación', nuevas formas de mecanismos de realimentación y agregación de contenidos dirigidos por el usuario) y abierto en general el campo de la práctica creativa digital gracias a tecnologías más baratas y fáciles de utilizar (Hartley, 2005; 2008; Cunningham, 2005).

En segundo lugar (y a pesar de lo anterior), la inversión pública continua en las industrias creativas se justifica fundamentalmente como política económica. Sin embargo, esta justificación no se debe simplemente a la creación de riqueza y al empleo directo de este sector —reivindicación compartida por el discurso de las políticas sobre industrias culturales— y que sigue estimulando la mayoría de estrategias de la industria creativa de la mayoría de gobiernos locales y nacionales. Así como las industrias culturales tuvieron otros buenos resultados públicos —diversas contribuciones a la vida social y cultural— las industrias creativas contribuyen al sistema de innovación de la economía. A diferencia del argumento de los bienes públicos culturales, que fundamenta las demandas de dinero público en el fallo del mercado (insuficiencia de gasto en relación a la rentabilidad social), las demandas del sistema de innovación —como otras inversiones en infraestructura tales como el transporte, I+D y educación— están basadas en el aumento del crecimiento económico futuro (Potts *et al.*, 2008; Potts y Cunningham, 2008).

La producción y el consumo creativo desembocan la una en el otro. Las aportaciones creativas / simbólicas dan lugar ahora a más bienes de producción y servicios, pasando por encima de la publicidad y recalando en el diseño del producto, que de entidad física se ha convertido en servicio al cliente y en la feroz lucha por la posición global de las marcas. Desde esta perspectiva, el énfasis que el documento DCMS 1998 pone en la explotación de la propiedad intelectual, y su subsiguiente desarrollo de políticas dentro de parámetros bastante tradicionales de la industria cultural, no logró captar el alcance de este nuevo discurso para la competitividad de la economía de los países. Las aportaciones de los consumidores creativos son cada vez más importantes para los sectores de la fabricación, los servicios y la cultura; los productores creativos cada vez están más dispuestos a trabajar fuera de las propias industrias creativas (es decir, en el sentido expuesto en el DCMS), añadiendo valor a los servicios *business to business* en la economía en general. La creatividad no sólo constituye el recurso central de la economía creativa postindustrial sino que las industrias creativas, en este sentido amplio, operan como un sistema de información y coordinación dentro del cual se organizan nuevas formas de producción y consumo simbólicos.

Desde esta segunda perspectiva, las industrias creativas se sitúan ahora dentro del discurso más amplio de la innovación y la competitividad en la sociedad postindustrial o del conocimiento. A pesar de las invocaciones a la omnipresente creativi-

<sup>1</sup> La palabra **prosumo**, de *prosumption* en inglés, es un acrónimo formado por la fusión de las palabras producción y consumo.

dad que anima todos los aspectos de la vida social y económica, estas industrias específicamente creativas todavía siguen operando como generadores primarios y ejemplares de este nuevo recurso. Este cambio narrativo ha tenido un gran impacto retórico y ha permitido acceder a la elaboración de políticas locales y nacionales a quienes tienen credenciales en la industria creativa (tal y como fue la intención desde el principio).

Un aspecto clave del discurso de las industrias creativas es que va más allá de los argumentos de la importancia económica de la cultura y sugiere que representan un nuevo tipo de industria (o postindustria), un nuevo tipo de economía y una nueva fuente de ventaja competitiva. Es decir, están insertadas en una narrativa de desarrollo postindustrial muy acorde con las historias específicas de los países desarrollados occidentales. Ello constituye una fuente de atracción para el resto de países desarrollados o en vías de desarrollo. Las industrias creativas son para una corriente de opinión un sector nuevo de gran valor que señala un siguiente paso importante en el desarrollo económico. Para otra, en cambio, son la expresión de una cultura ascendente, que pone en peligro a las elites culturales establecidas y abre un espacio para los pequeños productores. De manera general, se presentan como lo nuevo, lo moderno, el futuro. Pero se trata de una historia que viene de lejos: la de alcanzar a Occidente, la de cuestionar la validez de las tradiciones y culturas autóctonas, la que te ofrece la liberación y emancipación en un lenguaje cosmopolita o la de participar en la historia universal. Es la historia de la modernidad global.

### 3. CHINA: CALLE SIN SALIDA

Entonces, ¿cómo debemos entender la perspectiva de las industrias creativas en China? Examinaré dos relatos opuestos. El primero, más estándar, afirma que China es incapaz de desarrollar industrias creativas sin acometer una reforma política, reforma política que incluye el desarrollo de la sociedad civil, mercados libres y una apertura cultural asociada a la modernidad occidental. El segundo propone que las industrias creativas pueden actuar como un caballo de Troya, que actuaría como catalizador del cambio social, político y cultural mediante su introducción como nueva agenda económica. Examinamos este argumento desde la perspectiva del consumo creativo y de la producción creativa.

La primera perspectiva está expuesta en la obra de Hutton, *The Writing on the Wall* (2007) donde se sugiere que la modernización económica de China sólo se ha logrado a medias. El capitalismo dirigido por el Estado ha estimulado un rápido crecimiento económico pero está a punto de hacerse pedazos porque el sistema político no ha sido reformado de acuerdo con los criterios occidentales. No examinaremos aquí las afirmaciones específicas acerca de la crisis económica que según Hutton está a punto de golpear a China (escribió su obra antes de que Occidente se viera afecta-

do por su propia crisis) aunque trataremos de esbozar el argumento general en la medida en que pertenece a la narrativa subyacente de las industrias creativas.

El argumento histórico de Hutton es sencillo. El capitalismo occidental logró el dominio mundial porque creció en conjunción con los ‘valores de la Ilustración’. Estos valores surgieron de una nueva esfera pública que actuaba de mediadora entre el Estado y el individuo. Esta situación permitió la libre circulación de las ideas y la puesta en tela de juicio de la tradición; dio lugar a un orden jurídico que facilitaba nuevas formas de propiedad, comercio y finanzas y a que se exigiera cada vez más al Estado que sus acciones estuvieran justificadas por la razón y en beneficio de las fuerzas sociales ascendentes, en lugar de actuar movido por la ‘opinión’ o la tradición. El surgimiento y éxito mundial del capitalismo europeo es absolutamente inseparable de estos valores ilustrados y fueron ellos los que pesaron cuando el sistema europeo topó con el poderoso Imperio Qing a principios del siglo diecinueve.

Estos cuatro elementos —a) el pluralismo político, ideológico cultural desarrollado por interminables fuerzas y la rivalidad de los estados; b) el auge del comercio de larga distancia e intercontinental y las empresas a las que dio lugar; c) una sólida infraestructura institucional ‘blanda’(códigos, valores, doctrinas, creencias); y d) la universalización de la tecnología— suscitaron el milagro de Europa y le permitió dejar atrás a China... Y, uniendo, sustentando y materializando los cuatro elementos, estaba la Ilustración y las instituciones públicas respaldadas por ella (Hutton 2007: 58).

Lo verdaderamente crucial es que a China no le faltan valores ilustrados sino ‘actitudes ilustradas’ (Hutton 2007: 51). La separación de Estado y sociedad, la responsabilidad de ésta de tener un ‘criterio colectivo razonado’ (Hutton 2007: 170) sobre aquél, es la esencia de la Ilustración y este ámbito público también es el que sustenta una ‘economía y sociedad buenas’ (Hutton 2007: 170). Se trata de instituciones ajenas al mercado que permiten a éste tener éxito porque lo vinculan con las aspiraciones del individuo a ‘una libertad sustancial y a la capacidad de elegir una vida que merece la pena ser vivida y que, por tanto, es preciso valorar (Hutton 2007: 171).

De modo que aquí está el mecanismo: las instituciones públicas plurales; y aquí está la consecuencia: la felicidad humana. Las instituciones de la Ilustración necesitan de gente ilustrada para insuflarles vida; la modernidad es el triunfo de personas reales preparadas para imaginar la vida que desean llevar y para elaborar ese concepto, dejando atrás el universo en el que las preferencias son inmóviles, heredadas o impuestas. Esto implica un cambio mental de lo tradicional a lo moderno. (Hutton 2007: 171).

Para Hutton es la economía del conocimiento la que seguirá representando la gran ventaja de Occidente —no solamente el ‘conocimiento duro’ de las competencias tecnológicas y científicas (que ahora son adquiridas más fácilmente por países como China) sino el ‘conocimiento blando’:

«...ese haz de aportaciones menos tangibles a la producción como son el liderazgo, la comunicación, la inteligencia emocional, la actitud innovadora y la creación de capital social que utiliza el conocimiento duro y le permite materializarse de forma eficaz en bienes y servicios y, de forma crucial, su capacidad de adaptación. Su interacción y combinación constituyen el núcleo de la economía del conocimiento». (Hutton 2007: 311).

El conocimiento blando, las competencias blandas —lo que él llama las ‘interacciones tácitas’— son fundamentales para la economía del conocimiento; son ellas las que seguirán dando a Occidente su ventaja. Estas competencias se basan a su vez, para Hutton, en un desplazamiento hacia los valores postmaterialistas de Ingleharts que ya mencionamos antes. Las industrias creativas, entonces, como la economía del conocimiento en general, exigen una transformación cultural y política en China. La una no es posible sin la otra pero ambas están relacionadas con una serie más amplia de valores ilustrados dentro de los que debe incluirse el crecimiento económico.

Hutton deja claro y explica cómo funciona lo que a menudo sólo está implícito en la literatura de consultoría sobre las industrias creativas en China. La imitación, la corrupción, el amiguismo (*guanxi*), las consideraciones políticas antes que comerciales, la falta de debate público, un sistema educativo no creativo y, desde luego, la censura, se consideran serios obstáculos para el desarrollo de una economía creativa. Pero para Hutton, no funcionará ningún tipo de exhortación a ser más creativos a menos que cambie en China el sistema político y la cultura que lo sustenta. Este cambio representará una transición hacia una modernidad completa, una ruptura definitiva con el pasado y la adopción plena de los valores universales derivados de la Ilustración europea, los únicos que pueden sustentar a la comunidad global.

Se trata de afirmaciones muy ambiciosas que han sido cuestionadas en otra parte (O'Connor, 2009b). El principal problema es la contundencia con la que Hutton repite muchos de los discursos, no sólo el del desarrollismo occidental sino también el del imperialismo clásico (una palabra que apenas aparece en su texto). Más que ofrecernos ‘civilización’, Hutton nos trae capitalismo ilustrado. Una de las tesis del liberalismo clásico es que capitalismo y democracia son inseparables. Pero ahora este vínculo no se apoya en las crecientes demandas de una clase capitalista emergente sino en la libre circulación del conocimiento para la productividad económica contemporánea. China puede llegar lejos copiando el conocimiento técnico e industrial de occidente, pero en su situación actual no podrá convertirse en una economía madura intensiva en conocimiento. A pesar de que el principal objetivo del libro es convencer a EE UU de que no abandone los valores de la Ilustración (que según él es una posibilidad inseparable), Hutton no tiene nunca en cuenta las contradicciones entre Ilustración y capitalismo que han sido un tema constante en el pensamiento occidental durante 200 años. El límite se alcanzó en la experiencia imperialista que produjo violencia militar y económica precisamente bajo el estandarte de la civilización ilustrada. Hutton, siguiendo a

economistas como Mokyr (2002), considera el conocimiento producido por el pensamiento ilustrado y el necesario para la expansión del capitalismo, como una sola y misma cosa. Ello contradice un argumento implícito en la tesis de Hutton de que, así como hay diferentes formas de crecimiento económico, también hay capitalismos ‘buenos’ y ‘malos’. En lugar de reivindicar la validez de los valores ilustrados *per se*, sostiene que representan la ventaja competitiva de la economía del conocimiento en Occidente. Al mezclar los dos tipos de conocimientos y valores, su planteamiento encuentra obstáculos cuando el ‘mal capitalismo’ aparece como una buena opción (que es su opinión del actual panorama de EE.UU.).

El otro aspecto de la tesis de Hutton es que deja completamente sin autoridad a los recursos socioculturales específicos que existen para producir un cambio endógeno en China. Si este país quiere alcanzar a Occidente debe adaptar sus valores y el principal mecanismo para ello son los Estados Unidos mediante el ejercicio de su autoridad para atraer a China a la comunidad de las naciones ilustradas (O’Connor, 2009b).

#### 4. CABALLO DE TROYA

Para la segunda perspectiva me basaré en el trabajo del Centro de industrias culturales y creativas, CCI<sup>2</sup>, en inglés, de *Queensland University of Technology*. Este planteamiento coincide en gran parte con el discurso de Hutton sobre la economía del conocimiento pero es mucho más circunspecto en lo que se refiere a los ‘valores ilustrados’. No ven a las instituciones democráticas y a la sociedad civil como condiciones previas necesarias para la economía del conocimiento o las industrias creativas. Al contrario, sugieren que la promesa implícita de que las industrias creativas generan un desarrollo económico novedoso puede producir por sí misma los cambios socioculturales y los espacios democráticos autónomos que Hutton considera fundacionales. Su punto de partida es el defecto más obvio de la tesis de Hutton: el gobierno chino, de hecho, está adoptando actualmente las industrias creativas como pilar de una nueva fase de desarrollo.

Aparentemente, su postura está bastante clara. El término ‘industrias creativas’ estuvo desde el primer momento vinculado a ese proyecto de una economía del conocimiento postindustrial en la que la creatividad estaba muy valorada. China —como muchos otros países asiáticos— está tratando de avanzar hacia industrias intensivas en conocimiento y de mayor valor añadido, y las industrias creativas aparecieron en el momento correcto. Hay pocas dudas de que fue el documento DCMS el catalizador de este proceso (O’Connor y Gu, 2005; Hui, 2006; Kong *et al.*, 2006; Keane, 2007; Cunningham, 2009). El documento situaba a

<sup>2</sup> CCI, *Centre for Creative Industries and Innovation*. <http://www.cci.edu.au/about/> Para una crítica más detallada ver O’Connor 2009a.

las industrias creativas directamente dentro de la economía del conocimiento haciendo hincapié en la 'generación de riqueza a través de la explotación de la propiedad intelectual'. El éxito en China de la obra de John Howkin, *Creative Economy* (2001) y su entronización como 'padre de las industrias creativas' en ese país, apuntaló la respuesta del gobierno chino por este tipo de economía. Hong Kong fue el primero en adoptar el término en 2002; Shanghai tuvo que esperar hasta 2005; el nuevo distrito cultural Choayang de Beijing estuvo dudando y al final optó por el híbrido de industrias creativo-culturales (Hui, 2006; Keane, 2007).

El relato que hace Keane (2007) de este cambio gradual de lo cultural a lo creativo está estructurado en torno al desplazamiento del 'made in China' al 'created in China', un cambio de productos repetitivos y copiados a productos originales, y de productos industriales a postindustriales, que exige y provoca una movilización de la creatividad, y todo ello bajo el encabezamiento del 'nuevo gran salto adelante'. Pasando por alto la ironía del 'gran salto' (el original terminó en una catástrofe indescriptible), los resultados previstos son algo ambiguos. Por un lado está la promesa económica de una industria intensiva en conocimiento con repercusiones positivas en otros sectores. Pero para que se produzca una economía creativa —y aquí está el caballo de Troya— habrá que otorgar necesariamente poder a los productores y los consumidores que están en la base. Existe una promesa económica que queda en su mayor parte implícita; los nuevos espacios en los que tiene lugar el consumo y la producción creativos son necesariamente progresistas y democráticos. Sin embargo, creo que la razón de que esta promesa política más general siga estando en su mayor parte implícita no es una cautelosa luz verde a la ficción del caballo de Troya sino una prueba de las graves limitaciones de la política de las industrias creativas.

En la narrativa de Keane las vacilaciones de los gobiernos municipal y nacional de Pekín respecto al nuevo término eran una señal de cautela política y conservadurismo cultural que más pronto o más tarde deben ceder. Las 'industrias culturales' como término para la elaboración de políticas fue adoptado en China a finales de la década de 1990 y representaba una aspiración a desarrollar económicamente los sectores del cine, televisión, edición, artes escénicas, artesanía, turismo cultural, etc. y a mantener, al mismo tiempo, el control sobre el contenido simbólico de sus productos y servicios. Se consiguieron ambas cosas mediante una estrategia industrial destinada a 'controlar lo grande, descartando lo pequeño'. Se puso en marcha un proceso de aglomeración y privatización parcial —creando gigantes nacionales como CCTV o la editorial Xinhua— al tiempo que se mantenía el control sobre el contenido a través de la copropiedad y diversos mecanismos reguladores formales e informales. Las industrias culturales no eran por lo tanto una industria más sino parte de la legitimación ideológica de la República Popular. Lo que abrió nuevas posibilidades fue el paso de una programación plagada de ideología al entretenimiento popular y a nuevas formas de consumo de identidad de alta calidad y su *marketing* correspondiente. La expansión del mercado televisivo (todavía sigue siendo la forma mediati-

ca abrumadoramente más importante en China y la necesidad de obtener un beneficio de explotación atrajo la importación de programas de Corea, Taiwán y Japón y formatos de todo el mundo. Los nuevos géneros digitales, como juegos de ordenador, la difusión de Internet y los teléfonos móviles, así como la proliferación de grandes almacenes, espacio público para la publicidad, turismo, espacios de consumo urbano, etc., constituyeron nuevos mercados de enorme tamaño. Se dice que para poder competir plenamente y aprovechar al máximo estos nuevos mercados, el gobierno tendrá que movilizar talento creativo; semejante ‘innovación autónoma’ como la ha llamado Hu Jintao, implica necesariamente un control central sobre la circulación del conocimiento y los espacios socioculturales de práctica innovadora.

El relato de Keane estaba vinculado a una iniciativa del CCI más amplia cuya hipótesis central era:

Que la internacionalización de las industrias creativas desencadenaría la transformación de China, fomentando el crecimiento del talento individual, la innovación de ‘contenido’ y el paso de industrias controladas y centralmente planificadas a un complejo sistema dinámico a través de las interacciones autoorganizadas de miríadas de agentes creativos (Hartley y Montgomery, 2010:10).

Los agentes creativos son por lo tanto un motor de cambio económico y también de cambio político ‘aunque posiblemente a un ritmo más lento’ (Hartley y Montgomery, 2010:10). Estos autores comparten con Hutton el énfasis en la importancia de la acumulación de conocimiento y su reinversión para el crecimiento económico, pero más que una serie de valores políticos explícitos hacen hincapié en el ‘proceso evolutivo del crecimiento del conocimiento’ (Hartley y Montgomery, 2010:10). A diferencia de Hutton, para quien el marco institucional está bloqueando el proceso, la escuela CCI lo considera como más o menos inevitable.

Aunque el CCI rechaza la primacía de la economía sobre la cultura como ‘un vestigio de causalidad marxista’ (Hartley y Montgomery, 2010: 9) y concede un gran papel a la intervención política autónoma —como la decisión transcendental de Deng de poner en marcha el proceso de apertura económica de China— no parece preocupado por la capacidad de la estructura política de oponerse a la marea evolutiva de la economía del conocimiento. Por ejemplo, como indica claramente Keane (2007), el gobierno chino hace una distinción clara entre industrias culturales y creativas, que ya se reproduce exactamente en el ámbito urbano local. Las primeras no sólo incluyen patrimonio, artesanía y las artes sino también ‘contenido’ que está considerado ideológicamente sensible, como los medios de información y noticias, la edición, el teatro en televisión, etc. Es decir, el auténtico núcleo del sistema de información y comunicación. Las industrias creativas son consideradas ‘seguras’ —algunas formas de entretenimiento, diseño, moda, juegos de ordenador, *software*, animación, publicidad, *marketing* y servicios de asesoría relacionados. Al hacer tal distinción y al asignar recursos, responsabilidades y normativas de acuerdo con ella, la ‘política’ llega hasta el mismo núcleo de la economía creativa.

Sin embargo, el CCI pone especial cuidado en distinguirse de la escuela de 'economía política' de los estudios mediáticos y culturales que se preocupan por las 'diversas injusticias' del sistema en lugar de ocuparse de la contribución de los medios al crecimiento económico (Potts, 2010: 98). Según el CCI el haberse centrado en la censura y el control estatal (Hartley y Montgomery, 2010:3) o en el poder de los grandes medios internacionales (Keane, 2007:5) les ha impedido ver el desarrollo de la economía creativa en China. En Keane, que lleva mucho tiempo dedicado a estudios sobre medios chinos, éste puede ser un punto válido acerca del exceso de énfasis de los observadores occidentales en la censura política; pero implica en cierto sentido que estas cuestiones son irrelevantes o incluso ilegítimas. Y sin embargo es su ausencia lo que hace que el discurso del CCI resulte cada vez más problemático.

Existen dos dimensiones en esta operación creativa y transformadora: la del consumo creativo y la de la producción creativa.

## 5. CONSUMO CREATIVO

Potts sostiene que el enfoque de economía política pasa por alto los 'servicios de información y coordinación suministrados por las industrias culturales, creativas y de comunicaciones' (2010: 96), o lo que es lo mismo, los complejos mecanismos de retroalimentación entre productores y consumidores en una economía de servicios en la que la información sobre precios es volátil e incierta. En pocas palabras, su capacidad de ayudar a ensamblar una economía de consumo intensiva en conocimientos basada en bienes de identidad. Esta es la razón por la que estos servicios y mecanismos son más importantes que sus consecuencias de empleo directo:

«...los sectores del cine, televisión, video y edición cumplen una función importante más allá de suministrar información y análisis periodísticos, entretenimiento de consumo y de proporcionar un público para los anunciantes. Pero en una economía creciente con más oportunidades y mayor movilidad social, también desempeñan un papel en la conformación y estabilización de identidades y aspiraciones» (2010:98).

Keane también sugiere que:

«...los 'viejos' medios de comunicación de masas (televisión, prensa) siguen estando bajo un estricto control y permanecen excluidos de la inversión extranjera. Por otro lado, las revistas, el sector de animación, video, juegos y aplicaciones de contenido para móviles están diversificando su alcance en el mercado. Se dirigen a nichos de mercados más que hacia el consumo masivo y encuentra formas de satisfacer a su población más valiosa, el mercado de jóvenes urbanos» (2007:5).

Es decir, el contenido ideológico asociado a los viejos medios y a la 'formación de ciudadanos' es ahora irrelevante; las aparentemente 'seguras' industrias creativas

pueden conformar y absorber los cambios socioculturales experimentados en Occidente de la década de 1960 y hacerlo mucho más rápidamente. Así lo expresan Hartley y Montgomery:

«consumidores pertrechados con información acerca de cómo sortear las complejas opciones que se les ofrecen, están aprendiendo a consumir «empresarialmente»: es decir, maximizando los beneficios de estatus asociados a sus compras, forjando y expresando identidades que responden a los valores de la «cultura del riesgo» y explorando las formas en que las ofertas comerciales pueden ser aplicadas o adaptadas a sus propias necesidades y circunstancias» (2010:10).

Por lo tanto, las ‘interacciones autoorganizadas de miríadas de agentes creativos’ que aparecen en las industrias creativas emergentes, representan un proceso evolutivo al que tendrán que adaptarse instituciones que se han quedado anticuadas. Sin embargo, contrariamente a como lo presenta el CCI, la premisa fundacional de la escuela de economía política es que las ‘industrias culturales, creativas y de comunicaciones’ producen ante todo artículos básicos que deben atraer al público para ganar dinero y a menudo lo hacen contraviniendo los deseos ideológicos o incluso las estructuras legales del Estado (Garnham, 1990; Hesmondhalgh, 2007). El CCI equipara el mercado de productos culturales con la pura soberanía del consumo y lo considera como una expresión transparente de las aspiraciones e identidades grupales e individuales. Surge de la amalgama de la obsoleta idea del «consumo creativo» (Hartley, 1999) con la del «optimismo de Internet» (cf. Turner, 2010: Ch.5); una mezcla de elementos de política comunitaria con el anarquismo derechista de libre mercado. Este planteamiento no sólo ignora las formas en que el capitalismo distorsiona sistemáticamente los mercados para obtener beneficio, sino también las formas en las que el Estado continúa encuadrando —para bien o para mal— estas opciones de consumo colectivo.

Esto resulta patente en el caso de China donde la propuesta de transformación política y social a través del consumo creativo podría calificarse de ilusiones inconcebiblemente ingenuas. En efecto, es una versión de la clásica afirmación liberal de que la clase media emergente comenzará a demandar sus derechos políticos, aunque solo sea para asegurar sus derechos económicos. Aquí, las largamente esperadas clases medias chinas —las que tienen estudios, tiempo libre y dinero para gastar— son los heraldos del consumo creativo. Estas clases, o al menos sus retoños, pertenecen a esas revoluciones populares post-1989, en las que estudiantes y clases medias profesionales exigen el acceso a los derechos de consumo que el resto del mundo da por sentados. Si los regímenes no son capaces de proporcionar esto, entonces pierden legitimidad. Sin embargo, la tesis estándar sobre la China post-1989 ha sido que el radicalismo político de la década de 1980 fue sobornado por el crecimiento económico de los años noventa. Es decir, el aumento del consumo fue una manera de desplazar las demandas políticas.

La distinción que hace el gobierno chino entre industrias creativas y culturales no es una salida conservadora antes de la inevitable inundación de la economía por la economía creativa; forma parte de su construcción activa de una economía de consumo que está canalizada hacia la seguridad del consumo «de identidad». El Estado chino tiene los medios y la legitimidad de intervenir en el mercado de productos culturales en una medida mucho mayor de la que es posible en Occidente. La reciente victoria del buscador Bai Du, de copropiedad estatal, sobre Google, es simplemente una indicación de lo que decimos. La afirmación de Potts de que las industrias creativas ‘también desempeñan un papel en la conformación y estabilización de identidades y aspiraciones colectivas resulta correcta, aunque no necesariamente de la forma en que él lo pretendía.

Queda por ver cómo se desarrollan las contradicciones entre los requisitos políticos del Estado y la dinámica del mercado de productos culturales. La distinción que hace Keane entre consumo de ‘masas’ y de ‘nicho’ gira en torno al contraste entre medios ‘nuevos’ y ‘viejos’. Pero también puede volverse contra la de consumo dominante y consumo perjudicial o discrepante. Digo puede porque, como sabemos, el postfordismo trata precisamente de la producción de «diferencia y nicho». Para que el consumo de nicho significara otra cosa que no sea consumo bien informado— y se convirtiera en perjudicial o discrepante —tendríamos que saber más sobre los valores sociales, culturales y políticos implicados, algo que no hace este enfoque de las industrias creativas.

Los puntos principales de conflicto político en China siguen estando en el ámbito de la información ‘confidencial’ o de contenido simbólico inaceptable. Las zonas seguras de consumo de identidad siguen siendo simplemente eso a menos que linden con esas áreas más conflictivas. La transformación de los estilos de vida es de gran importancia para nuestra comprensión de las perspectivas de la China contemporánea, pero para que se produzca un auténtico cambio político, los consumidores-ciudadanos tendrán que enfrentarse activamente a las estructuras de poder, simbólicamente o en la práctica. Es decir, ser más ciudadanos que consumidores. Pero si no parece probable que ese desafío político provenga de los lectores del Vogue, ¿podrá provenir tal vez de los propios productores culturales?

## 6. CAPITALISMO BUENO Y MALO

Michael Keane escribe:

«En su próxima ‘etapa’ de desarrollo, China puede ver a sus productores culturales apuntando con éxito hacia mercados regionales e internacionales. Sin embargo, para lograrlo es necesario que las industrias culturales y mediáticas chinas se liberen de las trabas institucionales y políticas» (2007:5).

El clásico esquema liberal, según el cual el crecimiento del capitalismo produjo una nueva clase media que exigía libertades democráticas, esto es, que la democracia es el resultado automático del desarrollo económico, ha formado parte de la teoría del desarrollo capitalista hasta la década de 1960 (Barrington Moore, 1966). A partir de 1970, esta simbiosis parece haberse hecho pedazos. Por un lado, muchos países latinoamericanos adoptaron un capitalismo con muy poca o ninguna democracia y con muy escasas mejoras sociales. Por otro, los ‘Tigres asiáticos’ promovieron un capitalismo muy competitivo y socialmente redistributivo dentro de democracias fuertemente restrictivas. Aunque la situación es compleja, es evidente que existe un problema a la hora de vincular capitalismo con democracia.

Una variante de este debate se refiere al papel del empresario dentro de estos diferentes modos de capitalismo. Muchos sostienen, aunque aflojando algo los vínculos directos entre capitalismo y democracia, que la elevada participación de empresarios y pequeñas empresas en las economías de mercado producirá una distribución más equitativa de la riqueza, así como una economía más productiva e innovadora. Hay capitalismo bueno y malo<sup>3</sup>. Por su parte, China representa un auténtico desafío. Ha logrado un crecimiento económico sin precedentes y parece dispuesta (Hutton) a convertirse en un auténtico contrapeso de EE UU. Sin duda no es un país democrático pero la cuestión es, ¿proporciona espacio a empresarios y pequeñas empresas? ¿Es capitalismo bueno o malo?

Los hallazgos de Huang (2008) son enormemente interesantes. Su pormenorizado análisis concluye que el espacio que se abrió a pequeños empresarios rurales en la década de 1980 tuvo enormes repercusiones en cuanto al aumento del bienestar social y económico. Pero en la década de 1990 los empresarios se vieron arrinconados por una estrategia de crecimiento industrial que favorecía las grandes inversiones estatales y extranjeras en empresas fuertemente controladas por el estado. El lema ‘controla lo grande y descarta lo pequeño’ provocó una regulación mucho más estricta de este sector empresarial y la reducción de su importancia económica – algo que, a pesar de la imagen, ha continuado hasta el día de hoy. Huang (evocando a Hutton) lo vincula a los bajos niveles de productividad e innovación en China y a una polarización social que aumenta rápidamente a medida que las elites retienen más porcentaje del PIB<sup>4</sup>. Otro estudio (Tsai, 2007) examina más directamente la relación entre empresarios y Estado, sosteniendo, como era de esperar, que no desafían directamente a los poderes estatales locales y que dedican mucho tiempo a orientar sus estrategias para poder funcionar (Tsai, 2006).

No sabemos cuáles son las implicaciones de estos hallazgos para la economía china en general, pero sí podemos decir que presentan algunos auténticos desafíos

<sup>3</sup> La literatura es evidentemente enorme. Ver debates en las obras de Huang (2008) y Tsai (2006; 2007).

<sup>4</sup> Andreas (2010) pone en duda la interpretación del ‘libre mercado liberal’ de Huang pero no la concentración de poder político y capital en la década de 1990.

dada la dependencia del discurso de las industrias creativas en el surgimiento de pequeños empresarios y en la innovación autónoma. ¿Puede haber industrias creativas buenas y malas? Una respuesta evidente es indicar el papel de China y de otras economías en vías de desarrollo para proporcionar el proceso manufacturero rutinario al servicio de las economías creativas de Occidente —lo que Miller (2001) llama la ‘nueva división internacional del trabajo cultural’. Estas tendencias también aparecen en la obra de Ross sobre los nuevos trabajadores mediáticos en China (2006; 2009). Es decir, que las grandes industrias creativas están utilizando trabajadores culturales como mano de obra explotada.

El ‘gran salto adelante’ de Keane hace pensar que China perdería crecimiento económico si continuara a este nivel de ‘procesamiento rutinario’ de bajo valor y esboza la vía por la que podría escapar de esta trampa concediendo más papel a la creatividad autónoma y, por lo tanto, más espacio a los agentes emprendedores. Los gobiernos municipales, provinciales y nacionales están promoviendo ahora industrias creativas y culturales, pero, como sostiene Keane, se caracterizan por la duplicación de la producción, imitación, subcontratación repetitiva, exceso de burocracia e inmovilización de las redes *guanxi* en torno a los funcionarios del gobierno. Es decir, una falta de redes de aprendizaje autónomas esenciales para un medio creativo.

Es sin embargo concebible que existan efectos de aprendizaje aunque no se traduzcan necesariamente en las empresas independientes que caracterizan a Occidente. Pueden ser recuperados dentro del sector controlado por el estado. Las maneras en que los funcionarios de Shanghai, por ejemplo, eran capaces de aprender los protocolos de conocimiento y lenguaje adecuados al arte contemporáneo internacional hace pensar que el Estado chino tienen un sistema de aprendizaje muy eficiente (Zhong, 2009). La organización de los Juegos Olímpicos de Pekín y la Expo Universal de Shanghai movilizaron enormes capacidades de gestión de actos masivos y diseños audiovisuales y arquitectónicos del más alto nivel. La insinuación de Keane de que las industrias culturales y mediáticas necesitan liberarse de las trabas institucionales parece menos probable que la de que luchen por sus objetivos, esperando ‘educar’ sobre la marcha a los funcionarios estatales encargados de la vigilancia y el control (Watterson, 2010).

Podemos regresar aquí al concepto de ‘clase creativa’ que tuvo cierta aceptación en Hong Kong aunque no tanto en China continental (Florida, 2002; Hui, 2006; Keane, 2007). Un problema en Hong Kong fue la ‘tolerancia’ que, junto a la ‘tecnología’ y el ‘talento’, componían las tres *t* de Florida. Se rechazó la asociación de ‘tolerancia’ con estilos de vía gay y bohemios. Esto es importante teniendo en cuenta la estrecha conexión entre estos valores y la narrativa más general de la ‘culturización de la economía’ que mencionábamos antes. Lo que tenemos es una clase creativa sin ningún parecido con el radicalismo cultural que aportaba el retrato de Florida. Al gobierno chino no le gusta evidentemente la idea de una ‘clase’ pero parece perfectamente a gusto con un ‘grupo social’ que posee el talento y la creatividad necesarios

para trabajar en un sector de industrias creativas fuertemente controlado. Sin el radicalismo cultural asociado a sus homólogos occidentales (aunque sea atenuado) y con acceso a mercados nacionales e internacionales necesariamente sometidos a vigilancia estatal, parece haber pocos motivos para esperar que desaparezcan las trabas políticas o institucionales en un futuro próximo.

## 7. CONCLUSIÓN

123

Bajo el ambicioso discurso de las industrias creativas subyacen algunas perspectivas matizadas e instructivas que permiten apreciar los contextos específicos en los que están situadas y que muestran que esas diferencias no es una cuestión de ‘atraso’. Un ejemplo es su intento de producir un relato diferente de la creatividad china basado en la modularidad y en el cambio incremental más que en la originalidad e incluso en la iconoclastia de la tradición occidental (Keane, 2010). Estas características específicas no deben ser contempladas de la misma forma que la reciente obra de Jacques (2010), quien aboga por una modernidad china radicalmente diferente y, de hecho, indiferente a la modernidad occidental. Yo situaría estas cuestiones dentro de una ‘modernidad singular’, no basada en la validez universal de la experiencia occidental, sino en que la experiencia occidental se ha convertido a su vez en una experiencia meramente particular (Jameson, 2002). Pero la modernidad —esas series de transformaciones asociadas primero a Europa, aunque parcialmente presentes en otras formaciones históricas previas— es ahora una experiencia global y los valores con los que es evaluada están todavía marcados por sus orígenes ilustrados de autonomía individual dentro de un colectivo de algún modo responsable de esos individuos<sup>5</sup>.

La afirmación de Hutton de que China no puede desarrollar una economía del conocimiento sin valores e instituciones occidentales, a pesar de sus limitaciones, tiene al menos la ventaja de situar al crecimiento económico bajo la rúbrica de los valores políticos y sociales. El CCI afirma que el sistema evolutivo de la producción y el consumo creativo puede producir por sí mismo cambio político y social. He propuesto serias objeciones a esta tesis en lo que se refiere a China. También he sugerido que el discurso de las industrias creativas ha tendido a separarse de los valores sociales, culturales y políticos más radicales de unas industrias culturales previas y enraizadas en culturales populares urbanas y nuevos movimientos sociales. En cuanto tal, tiene poco que decir acerca de un Estado que posibilita una economía creativa siempre y cuando no cuestione el sistema político. No viendo contradicción entre valor cultural y de mercado, entre ciudadano y consumidor, entre un sistema económico y los valores sociales generales dentro del que se enmarca, este discurso sólo puede ofrecer soporte tecnocrático a una economía creativa en la creencia de que el sistema terminará por evolucionar.

<sup>5</sup> Para una excelente exposición de la modernidad china desde esta perspectiva ver Hui, 2009.

Como conclusión sugiero que necesitamos utilizar un enfoque de economía política progresista y bien fundamentado, que reconozca que puede haber claras diferencias entre la dinámica del crecimiento económico real y las reivindicaciones sociales, políticas y éticas de 'conocimiento'. Es verdad que éstas pueden encontrar buenos fundamentos para enmarcar e incluso constreñir a aquél. El surgimiento de un concepto crítico aunque positivo de industrias culturales en el mundo académico y político desde la década de 1960 (compartido en parte con estudios culturales) formó parte de la contestación y reformulación de los valores de autonomía y democracia dentro del campo de la cultura (O'Connor, 2011). Reducir este programa a un sistema de coordinación e información para una economía de consumo no puede constituir más que una vuelta atrás.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANDREAS, J. (2010): 'A Shanghai Model?' *New Left Review* 65: 63-86.
- BANKS, M. (2007): *The Politics of Cultural Work*, London: Palgrave Macmillan.
- BANKS, M AND O'CONNOR, J. (2009): 'Introduction. Creative Industries Ten years After', *International Journal of Cultural Policy*, Special Issue: Creative Industries Ten years After, 15. 4, 365-373.
- BARRINGTON-MOORE (1966): *Social origins of Dictatorship and Democracy: Lord and Peasant in the Making of the Modern World*. Boston: Beacon Press.
- CUNNINGHAM, S. (2006): *What Price a Creative Economy?* Strawberry Hills, NSW: Currency House.
- (2009): «Trojan Horse or Rorschach Blot? Creative Industries discourse around the world», *International Journal of Cultural Policy* 15:375-86.
- DCMS (1998): *Creative Industries Mapping Document*. London: DCMS.
- FLORIDA, R. (2002): *The Rise of the Creative Class: and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. Basic Books, New York.
- GARNHAM, N. (1990): *Capitalism and Communication: Global Culture and the Economics of Information*. London: Sage.
- (2005): 'From cultural to creative industries: An analysis of the implications of the 'creative industries' approach to arts and media policy making in the United Kingdom', *International Journal of Cultural Policy*, 11 (1), pp.15-29.
- HARTLEY, J. (1999): *Uses of Television*. London: Routledge.
- (2005): 'Creative Industries' in Hartley, J (ed.) *Creative Industries*. Oxford: Blackwell, 1-40.
- (2008): «From the Consciousness Industry to Creative Industries: Consumer-created content, social network markets and the growth of knowledge». in *Media Industries: History, Theory and Methods*, edited by Jennifer Holt and Alisa Perren. Oxford: Blackwell.
- HARTLEY, J, y LUCY MONTGOMERY. (2009a): 'Creative Industries come to China', *Chinese journal of Communication* 2: 1-12.
- (2009b): 'Fashion as Consumer Entrepreneurship: Emergent Risk Culture, Social Network Markets and the Launch of Vogue in China.' *Chinese Journal of Communication* 2: 61-76.
- HESMONDALGH, D. (2007): *The Cultural Industries*. Second Edition. London: Sage.
- HOWKINS, J. (2001): *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. London: Allen Lane.
- HUANG, Y. (2008): *Capitalism with Chinese Characteristics. Entrepreneurship and the State*. New York: Cambridge University Press.
- HUI, D. (2006): 'From Cultural to Creative Industries: Strategies for Chaoyang District,

- Beijing.» *International Journal of Cultural Studies* 9: 317.
- (2009): 'An Interview Concerning Modernity: A Conversation with Ke Kaijun' in *The End of Revolution. China and the Limits of Modernity*. London: Verso pp. 69-104.
- HUTTON, W. (2007): *The Writing on the Wall: China and the West in the 21st Century*. Little, Brown London.
- INGLEHART, R. y WEIZEL, C. (2005): *Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence*. Cambridge: Cambridge University Press.
- JACQUES, M. (2009): *When China Rules the World The End of the Western World and the Birth of a New Global Order*. London: Penguin.
- JAMESON, F. (2002): *A Singular Modernity. Essay on the Ontology of the present*. London: Verso.
- KEANE, M. (2010): 'Great Adaptations: China's Creative Clusters and the New Social Contract' *Continuum: Journal of Media & Cultural Studies* 23: 2, 221-230.
- (2007): *Created in China: the Great New Leap Forward*. London: Routledge.
- KONG, L., C. GIBSON, L. M. KHOO, y A. L. SEMPLE. (2006): «Knowledges of the creative economy: Towards a relational geography of diffusion and adaptation in Asia». *Asia Pacific Viewpoint* 47: 173-194.
- MILLER, T. (2001): *Global Hollywood*. London: British Film Institute.
- MOKYR, J. (2002): *The Gifts of Athena: Historical Origins of the Knowledge Economy*. Princeton: Princeton University Press.
- O'CONNOR, J (2011): *Arts and Creative Industries*. Sydney: Australia Council for the Arts.
- (2009a): 'Creative Industries: A New Direction?', *International Journal of Cultural Policy*, Special Issue: Creative Industries Ten years After, eds. Mark Banks and Justin O'Connor. Vol. 15. 4, 387-404.
- (2009b): 'Shanghai Moderne: Creative Economy in a Creative City?', in Kong and O'Connor (eds.) *Creative Cities, Creative Economy: Asian European Perspectives*, Springer, Dordrecht. pp. 175-196.
- (2010): *Creative Industries: A Critical Bibliography*, Arts Council, London. Revised edition.
- O'CONNOR, J., y GU. (2006): «A new modernity?: The arrival of 'creative industries' in China». *International Journal of Cultural Studies* 9: 271.
- POTTS, J. (2010): 'Do developing economies require creative industries? Some old theory. about new China' *Chinese Journal of Communication* 2:1, 92-108.
- POTTS, J. y CUNNINGHAM, S. (2008): 'Four models of the creative industries'. *International Journal of Cultural Policy*, 14 (3), 233-247.
- POTTS, J., CUNNINGHAM, S., HARTLEY, J. y ORMEROD, P. (2008): 'Social network markets: a new definition of the creative industries'. *Journal of Cultural Economics*, 32, 167-185.
- PRATT, A. (2005): 'Cultural Industries and Public Policy: An oxymoron?' *International Journal of Cultural Policy*, 11(1) pp. 31-44.
- ROSS, A. (2009): *Nice Work if You can Get It: Life and Labour in Precarious Times*. New York. New York University Press 2009.
- (2006): *Fast Boat to China. Lessons from Shanghai. Corporate Flight and the Consequences*. of Free Trade. New York: Pantheon.
- (2003) *No Collar: the humane workplace and its hidden costs*. New York: Basic Books.
- TSAI, K. (2006): 'Adaptive Informal Institution and Endogenous Institutional Change in China'. *World Politics* 59: 116-141.
- (2007): *Capitalism Without Democracy: The Private Sector in Contemporary China*. Cornell University Press.
- TURNER, G. (2010): *Ordinary People and the Media: The Demotic Turn*. London: Sage.
- WANG, J. (2004): 'The Global Reach of a New Discourse: How Far Can' Creative Industries' Travel?' *International Journal of Cultural Studies* 7: 9.
- WATTERSON, L. (2010): *From Culture to Creativity: Creative Entrepreneurs in the Chaoyang District*, PhD. Thesis Queensland University of Technology.
- ZHONG, S. (2009): 'From Fabrics to fine Arts: Urban Restructuring and the Formation of an Art District in Shanghai' *Critical Planning Summer*: 119-137.

---

# *Industrias culturales en América Latina: tiempo de replanteamientos*

Las industrias culturales en América Latina atraviesan una etapa de redefinición. Su modelo productivo, político y de consumo se está seriamente replanteando. La digitalización y una mayor intervención del Estado en su regulación obligan a repensar el desarrollo y las perspectivas futuras del sector. A partir de un repaso por la estructura y concentración de las industrias culturales latinoamericanas, el presente artículo intenta abordar algunos de sus desafíos más significativos.

*Kultura-industriek berriro definitzeko etapa bizi dute Latinoamerikan. Berriro ari dira hausnartzen, sakon, duten produkzio-, politika- eta kontsumo-eredua. Digitalizazioaren eta Estatuak araubidean egindako esku-hartze handiagoaren ondorioz, berriro aztertu behar dira sektorearen garapena eta etorkizuneko aukerak. Latinoamerikako kultura-industrien egitura eta kontzentrazioa oinarri hartuta, dituzten erronka handienei ekin nahi izan zaie artikulu honetan.*

The cultural industry in Latin America is undergoing a period of redefinition, involving a thorough rethinking of its structure in terms of production, policy and consumption. Digitisation and increased state regulatory intervention are forcing the sector to rethink its development and its future prospects. Starting with a brief outline of the structure and concentration of the cultural industry in Latin America, this article seeks to address some of the most significant challenges to be faced.

**Martín Becerra**

*Universidad Nacional de Quilmes (Conicet)*

**Guillermo Mastrini**

*Universidad de Quilmes (Buenos Aires)*

## **Índice**

---

1. Introducción
2. Estructura de las industrias culturales en América latina
3. Características del modelo latinoamericano
4. Concentración de las industrias culturales latinoamericanas
5. Los grupos de comunicación en América Latina
6. Transformaciones estructurales en el siglo XXI de las industrias culturales
7. Conclusiones

Referencias bibliográficas

Palabras clave: industrias culturales, América Latina, concentración, convergencia, acceso, infocomunicación.

Keywords: cultural industries, Latin America, concentration, convergence, access, info-communication.

N.º de clasificación JEL: Z11, Z13.

---

## **1. INTRODUCCIÓN**

El presente estudio aspira a señalar los elementos básicos para describir la estructura de las industrias culturales en América Latina. Su lógica comercial de funcionamiento, su adscripción ideológica a las reglas del mercado y la subordinación política a los gobiernos que, en algunos países, constituyen una importante fuente de ingresos y subsidios, son algunos de los ejes del presente trabajo.

Si bien las páginas que siguen se centran en el concepto de industrias culturales, (Zallo, 1988; Bustamante, 2011 y Zallo, 2011), a los fines del presente trabajo se aludirá a la tendencia convergente de las industrias culturales con el sector de las telecomunicaciones y de las redes digitales y, para ello, se aludirá asimismo al concepto de industrias infocomunicacionales.

No se puede comprender la tendencia convergente de las industrias culturales sin abordar su proceso de concentración. En el caso de las industrias culturales lati-

noamericanas constituye una puerta de entrada hacia un mayor conocimiento de sus posibilidades y de sus límites.

Finalmente el artículo reflexiona sobre los procesos de transformación que están afrontando las industrias culturales. Se sostiene por un lado que el proceso de digitalización de las industrias culturales afecta directamente a su modelo de negocios por las particularidades que asume la estructuración de las industrias culturales en América Latina. Se destaca el caso del sector audiovisual. Por otra parte, la reciente década pasada muestra una reorientación de las políticas públicas hacia el sector, con una mayor intervención del Estado en la protección y promoción de la cultura. Resta ver si el resultado del modo de intervención estatal consigue una más rica e innovadora producción cultural.

## 2. ESTRUCTURA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN AMÉRICA LATINA

La historia de las industrias culturales en América Latina exhibe la convivencia entre grandes complejos industriales con circuitos de factura artesanal o semi-industrial. Este contraste no sólo se presenta al comparar países como Brasil y México, por un lado, con Ecuador o Paraguay, por el otro, sino que se expresa en el interior de cada uno de los países que constituyen ese heterogéneo, dinámico y original conjunto que es América Latina.

El surgimiento de la actividad cinematográfica casi simultáneamente con las primeras producciones mundiales, y la posterior consolidación de potencias como México o, más recientemente, Argentina; el florecimiento de una activa industria editorial de libros que en parte debe su crecimiento de mediados del siglo XX a la transmisión de conocimientos del exilio republicano español; la temprana adopción del sistema comercial de funcionamiento de cadenas y emisoras de radio en la década de 1920 y el respaldo del público, treinta años más tarde, del surgimiento de la televisión que luego asociaría su masificación a los vínculos con las grandes cadenas y empresas multimedia estadounidenses ABC, NBC y CBS, estuvieron en todos los casos protagonizados por empresarios nacionales en toda América Latina.

A finales de los años ochenta del siglo pasado estos empresarios comenzaron, junto a los pocos activos estatales existentes en algunas de las mencionadas industrias, a transferir sus propiedades a capitales extranjeros, a fondos de origen financiero y a acusar el impacto de la convergencia digital. Todo esto, en el marco del advenimiento de una nueva competencia y complejidad del sistema de medios, que ilustra bien la masificación de la televisión multicanal de pago, y la consecuente tendencia a la desagregación de las grandes audiencias generalistas.

Ahora bien; intentar caracterizar la estructura de las industrias culturales de América Latina supone el desafío de abarcar países tan distintos como Brasil o Mé-

xico, por un lado, y Uruguay o Bolivia, por el otro. No sólo la dimensión demográfica y el tamaño de las economías resulta completamente dispar, sino que en algunos casos la intervención del poder político ha influido decisivamente en la configuración de las industrias de la cultura y la información con resultados muy diferentes. El estudio demográfico de la región resulta esencial para nuestros propósitos.

Aunque no es el único indicador<sup>1</sup> válido, la estructura poblacional de los países influye en la configuración de mercados que permitan el desarrollo de economías de escala en las industrias culturales, caracterizadas por los altos costos de producción y bajos costos de reproducción.

Además, la envergadura económica de los países es esencial a la hora de influir en la potencialidad. Por «envergadura económica» se entiende tanto el tamaño de la economía en su conjunto como sus características (estructura de clases y sectores sociales, distribución de la renta nacional, concentración de la renta y riqueza, desarrollo del Estado de bienestar, niveles relativos de vida,...).

En cuanto a su estructura poblacional, la mayoría de los países latinoamericanos no alcanza los 50 millones de habitantes, con la excepción de Brasil y México. Brasil cuenta con 200 millones de habitantes y México, con 100 millones, es el segundo país más poblado en la región. México duplica a su vez a Colombia y en cuarto lugar se ubica Argentina con 40 millones de habitantes. Estos países cuentan con poblaciones más numerosas que Venezuela, Perú y Chile, siendo Ecuador, Bolivia, Paraguay y Uruguay los que tienen menos población.

Si se considera que una parte importante de la población se encuentra marginada del consumo de bienes y servicios culturales e informacionales, el tamaño de la mayoría de los mercados es de dimensiones relativamente pequeñas. Esto constituye un escollo para el desarrollo de las industrias culturales en las que las escalas productivas permiten amortizar las fuertes inversiones que demanda la producción de bienes simbólicos. En este sentido, América Latina se halla en desventaja en relación con los países donde se encuentran mercados de gran tamaño (como Estados Unidos, Alemania, Reino Unido o Italia), o muy alto poder adquisitivo de la población (Holanda, Dinamarca, Bélgica, Suecia, por ejemplo), y de elevado nivel medio cultural de sus poblaciones.

En términos estructurales, la influencia económica de las industrias culturales en su aportación al Producto Interior Bruto (PIB) en los países latinoamericanos, ronda el 1%. Diferente resultado arroja la convergencia entre industrias culturales, telecomunicaciones e Internet, pues en conjunto estas actividades infocomunicacionales contribuyen con casi el 4%, en promedio, a la generación del PIB en América Latina (Becerra y Mastrini, 2009).

---

<sup>1</sup> La existencia de políticas públicas de subsidio y apoyo a estas industrias fundamenta, en otras latitudes, la consolidación de las industrias culturales. Y por supuesto que el ingreso per cápita constituye otro indicador fundamental para evaluar la potencialidad de desarrollo del sector.

Si bien esta influencia económica es destacable y respalda la elaboración de políticas de apoyo a la llamada «sociedad de la información», cuya base material se asienta precisamente en las industrias infocomunicacionales, sin embargo resulta llamativo que en América Latina, en la medida en que la estructura económica de los países es más compleja, madura y diversa, la participación relativa de las industrias infocomunicacionales se diluye. Con la excepción de las telecomunicaciones en Brasil, que en sí mismas generan cerca del 4% del PIB, el resto de países demográficamente grandes (México, Argentina, Colombia) exhiben porcentajes más bajos de incidencia infocomunicacional en el PIB que en países más pequeños como Uruguay o Ecuador. Sería erróneo, en cambio, deducir que en los países grandes las actividades infocomunicacionales carecen de relevancia; todo lo contrario, los principales grupos de comunicación de la región tienen sus orígenes en estos países.

Como se podrá apreciar más adelante, un desarrollo significativo de los mercados infocomunicacionales en los últimos años ha sido causado a raíz del ingreso de las empresas telefónicas en el mercado audiovisual, especialmente en el sector de la televisión de pago, que ha sido uno de los sectores de mayor crecimiento en los últimos años en la región, aunque presenta un atraso relativo en la implantación de la televisión digital terrestre (TDT) en relación a Estados Unidos, Europa o Japón. Para validar su ingreso en el sector audiovisual, las grandes corporaciones telefónicas deben afrontar la resistencia de los operadores de cable en gran medida vinculados a los grupos multimedia nacionales.

La explicación a la menor incidencia comparativa de las actividades industrializadas de comunicación y cultura en el PIB de los países grandes en relación con los más pequeños de la región hay que buscarla en la enorme disparidad de estructuración de las economías latinoamericanas y su proyección exterior. La diversificación de la matriz productiva de las economías de México, Argentina o Colombia reduce, en términos relativos, la incidencia en el PIB de actividades que tienen presencia en todos los países de la región, como la televisión abierta o las telecomunicaciones que, si bien presentan un desarrollo potencial proporcionalmente vinculado a la madurez de cada mercado, al menos registra actividad en todo el continente (no es el caso de la industria automotriz o la siderurgia, por ejemplo).

En términos de acceso relativo a los bienes y servicios de la comunicación y la cultura, entre los países latinoamericanos es posible agrupar cuatro subconjuntos:

- 1) Argentina, Chile y Uruguay, con mayores niveles comparativos de acceso social a los medios, a las industrias culturales y a las telecomunicaciones;
- 2) Colombia, Venezuela y Perú, con indicadores de acceso más bajos que los tres países mencionados pero que se ubican igualmente por encima del promedio regional;

- 3) Brasil y México, los dos gigantes en población y en mercados infocomunicacionales que pese a su tamaño se posicionan por debajo del promedio latinoamericano;
- 4) Ecuador, Paraguay y Bolivia, países cuyo acceso social a las actividades infocomunicacionales inferior y su promedio se halla muy por debajo de la media regional.

### 3. CARACTERÍSTICAS DEL MODELO LATINOAMERICANO

En términos generales, aunque el modelo de las industrias culturales en América Latina siguió las líneas fundamentales del modelo norteamericano, se diferenció de éste en el tamaño del mercado interno, en la capacidad de gasto cultural per cápita de sus ciudadanos (muy por debajo del estadounidense), y en una mayor intromisión de los gobiernos latinoamericanos en el control de los contenidos del sector cultural.

En promedio anual, cada 10 latinoamericanos, compran 6 libros en un año (poco más de medio libro por persona al año); cada diez compran siete entradas de cine (menos de una asistencia al cine por persona al año). Cada latinoamericano compró el periódico sólo nueve de los 365 días del año 2004 en promedio, lo cual revela un leve descenso de los valores registrados en el año 2000. El acceso a la prensa escrita presenta un promedio de ventas anuales de 9.376 ejemplares cada mil habitantes: notablemente inferior al de España (26.878). La prensa escrita es, de este modo, un sector de las industrias culturales minoritario en términos de acceso social en la región.

La industria del libro se caracterizó históricamente por una escasa iniciativa estatal y una baja capacidad productiva. Con la excepción de Argentina y México, y en las últimas décadas Brasil y Colombia, el resto de los países deben importar la mayor parte de los libros. El consumo per cápita es bajo y la circulación de los libros se restringe a los sectores económicamente acomodados, lo cual en países con altos niveles de desigualdad en la distribución de la riqueza como la mayoría de los latinoamericanos, reduce notablemente el porcentaje de población con acceso a libros.

De acuerdo a datos de Cerlac, en 2006 se importaron en América Latina libros por valor de 1.050 millones de dólares, mientras que se exportaron por valor de 435 millones. El mercado está dominado por las filiales de las principales editoriales españolas que han acaparado el sector editorial en los últimos 25 años. Las empresas españolas tienen 162 filiales en el mundo y en 28 países, la inmensa mayoría de ellas en Latinoamérica (132); principalmente en México (30), Argentina (18), Chile (12) y Colombia (11) (Cerlac, 2009).

La industria de la música, como en el resto del mundo, está dominada por las mismas cuatro compañías editoriales que dominan el 80% del total de los discos vendidos. Particular atención merece Brasil, donde el porcentaje de música nacional vendi-

da supera a la internacional. Es un mercado relativamente pequeño muy afectado por la piratería en todas sus formas, especialmente por un mercado de reproducción ilegal que afectó enormemente las ventas del sector de la música. En este sentido, recientes estudios sectoriales y geográficamente acotados, por ejemplo el realizado por el Observatorio de Industrias Creativas de Buenos Aires, revela que la industria de la música (no la industria discográfica) ha logrado revertir la crisis económica mediante salidas alternativas a la comercialización de soportes fonográficos, como por ejemplo por una intensa actividad de comercialización de recitales y conciertos en directo (OIC, 2011).

El sector cinematográfico ha sido una industria muy dependiente de las ayudas estatales para su subsistencia. Si en las años cuarenta y cincuenta México y Argentina se destacaban como productores medios a escala mundial, la falta de una política sostenida en el tiempo y la entrada de la televisión en el negocio cinematográfico llevó a la industria del cine a un serio retroceso. En la década de los noventa, las políticas de corte neoliberal recortaron aún más las ayudas a la producción cinematográfica, con el ejemplo más significativo de Brasil. El caso contrario tuvo lugar en Argentina, donde a partir de 1994 se promulgó una ley de cine que permitió reconstruir la industria cinematográfica hasta transformar al sector en el más importante de la región.

Por su parte la prensa, tuvo un importante papel en la configuración de una agenda periodística en la región. Desde una perspectiva económica mantiene una significativa presencia dado que conserva una considerable porción del mercado publicitario (aunque varía según los países, en promedio está en torno al 30% del total de la inversión publicitaria). Si bien las tiradas per cápita están por debajo de los promedios norteamericanos o europeos, contribuyen a consolidar una economía estable. Es un sector fuertemente concentrado y el grupo de diarios de cabecera suelen estar integrados en los grupos multimedia más importantes del país.

Tanto la radio como la televisión han mostrado una fuerte tendencia a centralizar sus contenidos basándose en los grandes centros urbanos. Por su parte, la televisión abierta mostró durante largos períodos una fuerte dependencia de los contenidos norteamericanos. Sin embargo, desde 1990 se asiste a una mayor capacidad para generar contenidos nacionales, incluso en el área de ficción el *prime time* ha sido copado por producciones nacionales (con una excepción parcial de Uruguay, Paraguay, Bolivia y Ecuador, y algunos países centroamericanos, donde el pequeño tamaño del mercado, impide alcanzar las economías de escala básicas). Los contenidos extranjeros siguen predominando en la televisión por cable, con numerosos canales de películas y series con absoluto predominio de Hollywood. Algo similar ocurre con la cinematografía, actividad netamente subsidiada por el Estado en los países que cuentan con mayor producción propia, como México, Argentina, Brasil y, en menor cuantía, Colombia, Chile y Venezuela.

Una diferencia importante en la configuración del sector audiovisual latinoamericano respecto al modelo desarrollado en Estados Unidos de América es la existen-

cia de canales de propiedad estatal. El caso más destacable es el de Chile, donde hasta la década de los noventa, los canales de televisión estuvieron bajo control del Estado y de las universidades. Otro tanto ocurrió en Colombia, hasta 1994. Si bien su modelo de negocios no fue muy distinto al resto, al basarse en financiación publicitaria, sí lo fue en términos de propiedad.

En un estudio sobre la televisión latinoamericana John Sinclair (1999) destaca que la base del modo de propiedad y control se encuentra en sus estructuras familiares con figuras patriarcales fuertes. Si bien este modelo mantiene alguna vigencia, debemos analizar los cambios que se han producido en los últimos años a partir de la internacionalización de los mercados audiovisuales, del advenimiento de la televisión multicanal de pago a partir de la década de 1990 y del recambio generacional acaecido en los principales grupos de comunicación. «Los descendientes de los patriarcas, retienen el control familiar sobre los grupos pero aplican nuevas formas de administración. Los antiguos «campeones nacionales», se están reconvirtiendo en actores importantes del mundo globalizado». (Mastrini y Becerra, 2001).

También los medios han transformado su oferta. Como señalan Bustamante y Miguel (2005) «originarios y centrados en el mundo de la distribución y la difusión han sabido hacerse cargo de vetas importantes de producción nacional en terrenos de demandas locales fuertes (como la ficción televisiva), pero han abandonado o cultivado débilmente los mercados de mayor dominio de las *majors* como el cine o la edición discográfica, en donde han practicado una política de alianzas con los grupos mundiales».

Por su parte Fox y Waisbord (2002) han sistematizado los principales cambios en el sistema de medios a partir de 1990: «las principales tendencias en los medios latinoamericanos son la formación de corporaciones multimedia, el declive de la propiedad familiar de los medios, la articulación entre capitales locales, nacionales e internacionales, la intensificación del comercio interregional tanto en inversión como en contenidos, y el incremento de la producción y exportación de la programación televisiva». En este último aspecto, cabe destacar por su magnitud la exportación de telenovelas y de nuevos formatos.

Respecto a la relación entre el sistema mediático y el sistema político, cabe señalar que la relación entre los gobiernos y los propietarios de medios se resolvió por la incapacidad de los gobiernos para fijar políticas hacia los propietarios de medios, a cambio de obtener un cierto control político sobre los contenidos. Fox, E. (1990) caracteriza a este modelo como un sistema comercial políticamente dócil. En los años noventa, el predominio de políticas neoliberales promovió incluso una mayor desregulación del sistema y mercado de comunicaciones. Los procesos de concentración de la propiedad, favorecidos por el relajamiento de normas, no tardaron en aparecer. Al permitirse la propiedad cruzada en mercados que estaban ya altamente concentrados, fomentó la formación de grandes conglomerados de medios. Esta situación se da especialmente en aquellos países con mercados de mayor tamaño como Brasil, México, Colombia y Argentina.

No obstante, durante la reciente década pasada han surgido diversos gobiernos que han revisado, al menos desde el plano discursivo, los postulados del neoliberalismo. Se abandonan las políticas que siguieron las directrices del Consenso de Washington, y se encara una nueva agenda. Dentro de ésta, las industrias culturales ocupan un lugar destacado. Algunos gobiernos proponen cambios en la política de medios y de industrias colindantes que plantean un mayor grado de intervención del Estado en la regulación y ciertos controles relativos a los niveles de concentración de la propiedad. Asimismo se promueve la participación de grupos de la sociedad civil tanto en la discusión de las políticas como en la propiedad de los medios<sup>2</sup>.

La respuesta de los propietarios de medios no se hizo esperar. Han argumentado la necesidad de preservar la libertad de expresión y denunciado que la regulación de los gobiernos busca limitar su capacidad de crítica. La línea argumental es muy similar en todos los países, su negativa a aceptar cualquier modificación en el sistema legal, especialmente en lo referido a la posibilidad de permitir el acceso de nuevos actores al mercado es unánime. La connivencia entre los propietarios de medios y el poder político que describiera Fox, no se aplica en estos últimos años en los países latinoamericanos, donde muchas veces canales de televisión, radios y periódicos parecen liderar la oposición política a los gobiernos democráticamente electos.

El sector telefónico es, indudablemente, el más importante en términos económicos. Aunque la penetración de la telefonía fija más allá de los principales centros urbanos no es muy significativa, la telefonía móvil, en cambio, ha cobrado un notable impulso en la región hasta el punto de sustituir en muchos casos a la telefonía fija. Desde la introducción de los sistemas de prepago con tarjeta pero sin abono fijo, los sectores populares se han volcado masivamente a usar el teléfono celular. El sector está ampliamente dominado por empresas regionales entre las que destacan Telmex de México y Telefónica de España.

#### **4. CONCENTRACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES LATINOAMERICANAS**

Las industrias culturales latinoamericanas exhiben un alto grado de concentración tanto en la propiedad de los medios como en los mercados y las audiencias. A continuación se presentan resultados del análisis de la concentración de la propiedad de los medios de comunicación en América Latina, a partir de la aplicación del

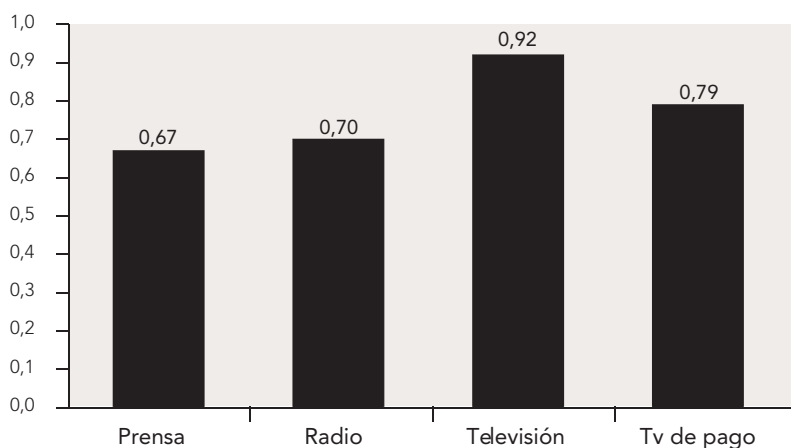
---

<sup>2</sup> Analizar los cambios en las políticas excede los objetivos del presente artículo. Sintéticamente señalaremos que en Argentina y Venezuela ya se han producido cambios en las leyes del sector audiovisual. Bolivia y Ecuador han modificado sus constituciones incorporando la noción de derecho a la comunicación. En Uruguay se ha promulgado una nueva ley de radiodifusión comunitaria. En Brasil se ha realizado una Conferencia Nacional de Comunicación que implicó la movilización de miles de personas. En Chile el tema es motivo de un fuerte debate actualmente.

método del índice de concentración en dos formas: uno que resulta de ponderar el volumen de facturación de las cuatro mayores empresas en relación al resto (CR4-facturación), y el otro elaborado a partir de medir el porcentaje de dominio de la audiencia (CR4-audiencia).

Si bien en una investigación de mayor alcance se han incluido todos los mercados comunicacionales (prensa, radio, televisión, televisión de pago, telefonía básica y móvil e Internet), ver Becerra y Mastrini (2009), en este artículo se presentan los datos correspondientes a cuatro mercados: la prensa diaria, la televisión abierta, la televisión de pago y la radio. De esta forma se muestran ejemplos tanto del sector de la edición como del audiovisual.

**Gráfico n.º 1. CONCENTRACIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA CONSIDERANDO LA IMPORTANCIA DE LAS CUATRO PRIMERAS EMPRESAS SOBRE EL TOTAL DEL MERCADO. AÑO 2004**



Fuente: Elaboración propia en base a datos de Becerra y Mastrini (2009).

De acuerdo a Albarran y Dimmick (1996) se considera que la concentración existe y es alta al superar un 50% del control del mercado por parte de los cuatro primeros operadores. Como se observa en el gráfico n.º 1 los indicadores de la concentración son muy superiores al porcentaje considerado como alto por Albarran y Dimmick. En efecto, el gráfico anterior demuestra que el índice general de la concentración de los medios de comunicación en América Latina en el año 2004, por dominio de mercado, fue de 0,67 en prensa diaria (tomando en cuenta venta de periódicos); de 0,70 en radio (contemplando audiencia); de 0,92 en televisión abierta (contemplando audiencia) y de 0,79 en televisión de pago (donde se consideran los

abonados). Para una mejor lectura del gráfico, es importante señalar que 1 es el valor más alto que equivale a monopolio y 0 el más bajo, de dispersión de los mercados en innumerables competidores.

Los indicadores citados expresan que la participación de las cuatro principales empresas en cada industria de medios, en promedio, logra controlar valores que superan los señalados en el trabajo de Albarran y Dimmick tanto para cuatro como para ocho operadores. En consecuencia, el resto de propuestas culturales, informativas y de entretenimientos de la región se restringe a un 8% del mercado en televisión abierta o del 33% en prensa diaria, siendo de este modo casi impracticable la competencia por un lado, y disminuyendo las condiciones de «pluralismo externo» en el sentido que autores como Napoli (1999) asignan al requisito de concurrencia y competencia entre operadores diferentes como posibilidad de estímulo a la existencia de voces y mensajes distintos en la esfera mediática.

Los altos niveles de concentración de las industrias culturales de la región invitan a una lectura en profundidad y requieren asimismo tomar en consideración lo que sucede con industrias que convergen con las culturales aunque aún existen regulaciones, en algunos países<sup>3</sup>, que impiden ofrecer servicios conjuntos, como es el caso de las telecomunicaciones. Como señalan Elizabeth Fox y Silvio Waisbord: «la privatización y liberalización de la industria de telecomunicaciones también contribuyó a la formación de los conglomerados. Es imposible analizar la evolución y estructura de los medios contemporáneos sin contemplar los desarrollos en el mercado de telecomunicaciones» (2002).

En este sector, dos empresas se han lanzado a conquistar el mercado latinoamericano. En efecto, desde comienzos del presente siglo Telefónica de España, y la mexicana Telmex llevan a cabo una disputa regional por el liderazgo del mercado de telecomunicaciones regional. El grupo Telefónica tuvo una importante presencia en la mayoría de los países latinoamericanos desde el inicio de las privatizaciones del sector en los años noventa. El grupo Telmex, que obtuvo el control de las telecomunicaciones mexicanas, se lanzó a la carrera más tarde que su rival (ver cuadro n° 6, más adelante). Sin embargo ha recuperado terreno y en 2008 superó a Telefónica por el volumen de sus ingresos regionales.

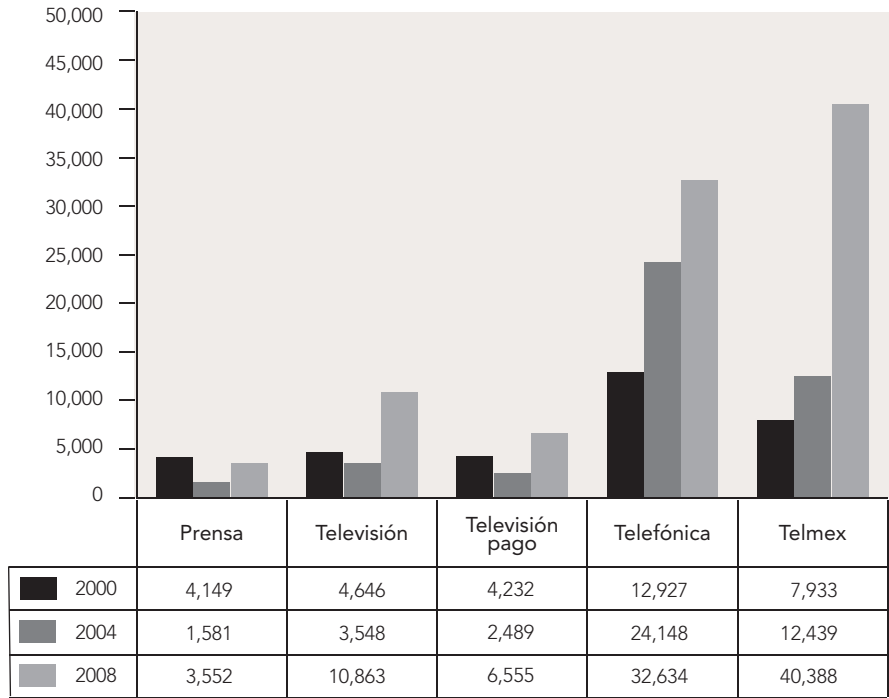
La importancia económica de estos grandes grupos de comunicación es notoria si se comparan sus volúmenes de facturación con los de los medios de comunicación. En el gráfico n° 2 se aprecia el volumen de facturación de Telefónica y Telmex, contrastado con el total de ingresos de los sectores de la prensa del Cono Sur latinoamericano. Así, se comprueba que durante el año 2008, la facturación de Telefónica en América Latina fue casi diez veces superior a la de todos los periódicos de Argen-

<sup>3</sup> Por ejemplo, en la Argentina, la normativa audiovisual impide que los operadores telefónicos ofrezcan servicios audiovisuales.

tina, Brasil, Chile y Uruguay, seis veces superior a la de la televisión de pago, y tres veces mayor que la de la televisión abierta.

Gráfico n.º 2. **FACTURACIÓN COMPARADA DEL SECTOR MEDIOS FRENTE A EMPRESAS TELEFÓNICAS EN PAÍSES DEL CONO SUR LATINOAMERICANO. AÑO 2008**

(millones de dólares)



Fuente: elaboración propia.

En su conjunto Telefónica y Telmex, facturaron en 2008 en toda América Latina 73.000 millones de dólares, cifra que supera ampliamente los 21.000 millones de dólares que resultan de sumar los ingresos de los sectores de la prensa, la televisión abierta y la televisión de pago en los cuatro países mencionados.

Si bien podría objetarse que se trata de dos dimensiones geográficas diferentes, América Latina para las empresas telefónicas y el Cono Sur para el sector de medios de comunicación, lo que se pretende cuantificar es la enorme diferencia de disponibilidad de capital por parte de las primeras. Es importante recordar que las empresas telefónicas diseñan su estrategia empresarial a escala regional y sus políticas inversoras y comerciales están coordinados a esta escala.

En los últimos años, Telmex y Telefónica han comenzado una expansión hacia el sector de la televisión por cable, aprovechando los beneficios de la convergencia digital. Si bien este tema escapa a los alcances del presente estudio, los datos presentados en el gráfico nº 2 consiguen mayor relevancia, especialmente para los actuales propietarios de sistemas de televisión de pago, por ahora en manos de empresas locales.

Es preciso considerar además que las empresas telefónicas son actores que siguen la lógica del mercado globalizado y participan de sus diferentes escalas (McChesney, 1998). Los actores protagonistas del proceso de conformación de un mercado global comercial son públicos y privados pero superan los marcos tradicionalmente definidos por el Estado.

## 5. LOS GRUPOS DE COMUNICACIÓN EN AMÉRICA LATINA

En el marco de la heterogeneidad regional de América Latina actúan poderosos grupos, que disputan los mercados cultural e infocomunicacional nacionales aprovechándose de escenarios reglamentarios confusos y en muchos casos obsoletos. Los grandes grupos de comunicación que actúan en América latina han explotado las singulares características de la región, la ausencia de políticas estatales de servicio público en el sector de las comunicaciones y la ausencia de controles antimonopolistas, entre otros aspectos que distinguen la tradición reglamentaria latinoamericana de la europea o de la norteamericana, por ejemplo. Capitalizando estas condiciones, los grupos de comunicación aceleraron los procesos de concentración en la región latinoamericana desde hace casi dos décadas hasta tal punto que los principales grupos son *de facto* los dueños de las unidades de producción, almacenamiento, comercialización y distribución de más del 80% de los contenidos que reciben los ciudadanos.

Una organización de los grupos en función del sector en que originaron sus actividades permite discernir dos grandes conjuntos: por un lado, el de los grupos que provienen del campo de las telecomunicaciones, como Telefónica (España) o Telmex (México); por otro lado, el de los grupos cuyos comienzos se registran en los medios de comunicación tradicionales como la televisión (Televisa de México; Globo de Brasil; Cisneros de Venezuela) o la prensa escrita (Clarín de la Argentina; Prisa de España; Edwards/Mercurio de Chile). La separación en esos dos conjuntos es útil para comprender algunas de las tensiones que se producen entre ellos y con las autoridades de regulación, y para analizar su comportamiento corporativo. Por ejemplo, los grupos predominantes en el sector de telecomunicaciones cuentan en su haber con el control de las redes de distribución y con las infraestructuras que resultan estratégicas para la diseminación de los datos y contenidos del resto de las actividades convergentes. Pero es precisamente esa cultura de las telecomunicaciones la que en ocasiones obstaculiza (por razones reglamentarias, por características de los mercados) su inserción en el sector de las industrias culturales abocadas a la producción de contenidos.

Aún así existe un problema todavía no resuelto en la dinámica de intersecciones entre los dos conjuntos mencionados, y que está en pleno proceso de desarrollo, dado que en el siglo XXI los principales grupos manifiestan tendencias de integración y concentración tanto horizontal como verticales y de conglomerados. Y si bien es pertinente establecer en sus inicios parte de la lógica de expansión que los caracteriza, también corresponde destacar su progresiva extensión de conglomerados hacia actividades convergentes muy alejadas de las de su origen.

Todos los grupos mencionados nacieron, se consolidaron y cuentan con su principal espacio de intervención en mercados nacionales, sea España, México, Brasil, Venezuela, Argentina o Chile; sin embargo, en la actualidad, su campo de actuación se ha ido extendiendo a otros países, lo que los ha robustecido pero al mismo tiempo endeudado y abierto a la financiarización de parte de sus activos.

La citada financierización que se inserta en las estrategias de valorización de las industrias infocomunicacionales es síntoma de una de las paradojas de la economía globalizada. Para poder introducirse en el mercado mundial los grupos infocomunicacionales deben asumir importantes deudas, que no siempre pueden saldar. Sin embargo, los empresarios señalan que no advierten otra alternativa que encarar el proceso de crecimiento para no verse absorbidos por grupos internacionales más grandes. La debacle del grupo español Prisa, con importante presencia en la región constituye un ejemplo de toma de riesgos más allá de lo aconsejable.

Detrás de los grupos latinoamericanos mencionados, que desarrollan sus actividades con vocación regional, operan otros conglomerados con una escala inferior pero complementaria. Muchos de los siguientes grupos de comunicación se articulan en empresas y proyectos conjuntos con los líderes latinoamericanos: La Nación, Hadad, Vila-Manzano-De Narváez en Argentina; Abril, Folha, Estado en Brasil; Copesa en Chile; Bavaria y Ardila Lulle en Colombia; TV Azteca y Reforma en México. Cada país cuenta con capitalistas que en el sector de las industrias culturales complementan su actividad de escala nacional, regional o provincial con los principales líderes latinoamericanos.

## 6. TRANSFORMACIONES ESTRUCTURALES EN EL SIGLO XXI DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES

En la primera década del Siglo XXI se dan importantes transformaciones en la estructuración de las industrias culturales en América Latina. En algunos casos, las transformaciones en curso son consecuencia de cambios globales en el sector de las industrias de la información, la cultura y la comunicación, cuyo diagnóstico trazaron Arsenault y Castells (2008)<sup>4</sup>. Pero otras son producto de la dinámica de fuerzas económicas, políticas, sociales y culturales latinoamericanas recientes.

<sup>4</sup> Algunos de los ejes de ese trabajo fueron ampliados luego en Comunicación y Poder, de Castells (2010).

La reestructuración de las industrias culturales en la región obedece a dos fuerzas. Por un lado, la transformación del modelo de negocios de las industrias culturales por efecto de la digitalización y la convergencia tecnológica; por ejemplo, en la transición a la televisión multicanal (de pago) y luego a la televisión digital. Por otro, los incesantes cambios regulatorios y normativos en distintos países (Venezuela y su Ley de Responsabilidad Social en Radio y Televisión (ReSoRTe) de 2004; Argentina y su Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual de 2009; Uruguay y su ley de de radios comunitarias de 2008) y están en debate en otros (Brasil, Ecuador, Paraguay y Chile, entre otros). Esta segunda causa, es promovida o acompañada, según el país, por la movilización de organizaciones sociales que han estado ausentes de la explotación de licencias televisivas, dado el carácter comercial o gubernamental de las mismas en la historia audiovisual latinoamericana. Estas organizaciones reclaman el acceso a las licencias y en muchos casos son protagonistas de emisoras de carácter comunitario o local. Si estos cambios se afianzan darán lugar a significativas transformaciones en la economía de las industrias culturales, especialmente en el sector de la radiodifusión.

Como señala Waisbord, existen dos desarrollos en el sector audiovisual en la región: «la globalización del modelo de negocios de la televisión y los esfuerzos de las empresas locales y globales para afrontar las características de las culturas nacionales. El análisis de estos desarrollos nos permite reexaminar de qué modo lo económico y lo cultural están relacionados en los procesos de globalización de los medios» (2004: 360), tendencia que es válidamente aplicable al conjunto de las industrias culturales.

El proceso de digitalización también supone un desafío al conjunto de las industrias culturales. Si en todo el mundo se pone en riesgo el modelo de negocios asentado en la etapa analógica, en una región donde la economía informal está sumamente expandida los productos culturales no son la excepción. Existen múltiples circuitos informales de distribución de música, películas, series de televisión e incluso libros. Mientras las cámaras empresariales muestran su preocupación y solicitan una mayor intervención del Estado en la aplicación de políticas como el «canon digital», amplios sectores de la sociedad consolidan su consumo cultural por esta vía.

Por otro lado, las empresas procuran mantener sus ingresos alterando sus modelos de negocios. En el sector musical los grandes sellos han integrado la representación en vivo a su negocio, en la práctica conocida como 360, adoptada en los países centrales. Algunos artistas promueven nuevos modelos independientes aprovechando las ventajas de la digitalización (Yúdice, 2008). La prensa escrita ha desplegado también un conjunto de estrategias de *marketing* para fidelizar a sus lectores que incluyen tanto el soporte digital como el papel. Tras experiencias que implicaron importantes fracasos económicos se han integrado las redacciones *off y on line*. Hasta ahora, y a diferencia de lo que ocurre con grandes editoras de periódicos en Estados Unidos, resulta claro que en la región se ha descartado introducir

plataformas de acceso mediante pago a los contenidos. Finalmente el cine, si bien debe enfrentarse a una caída en la venta de entradas y de alquiler de películas, sostiene su modelo productivo gracias a las ayudas estatales por lo que difícilmente va a ser sostenible.

Toda transformación alberga tensiones que inciden en el mercado audiovisual latinoamericano y lo modifican. La llegada de la televisión multicanal de pago implicó una operación de modernización y globalización de señales, formatos y contenidos, con la introducción de complejas relaciones económicas entre empresas locales (grupos operadores de los canales de televisión por cable, por ejemplo) y firmas globales (grupos dueños de señales de televisión de pago como CNN, Fox o ESPN). Por otro lado, al finalizar la primera década del siglo XXI, la nueva regulación asume el protagonismo de actores sociales y políticos de neta raigambre local y nacional en los distintos países de la región. Los intereses en conflicto entre actores industriales y político-sociales, así como los conflictos entre la lógica de ordenación global de la industria y la lógica de la regulación local, son indicativos del escenario audiovisual latinoamericano contemporáneo.

Si, por un lado, se considera la transformación de la televisión tomando como referencia los aspectos industriales y tecnológicos, hay que considerar que el panorama audiovisual latinoamericano cambió radicalmente con la masificación de los sistemas de televisión multicanal de pago por cable (en mayor medida) y por satélite (en menor medida). Este proceso de masificación se produjo desde mediados de la década de los noventa del siglo XX. Actualmente, el 28,2% de los hogares de la región cuenta con abono a la televisión de pago (contra el 22% de 2009). Algunos países, como Argentina o Uruguay, superan el 60% de los hogares con presencia dominante de la televisión por cable (ver Becerra y Mastrini, 2009).

La presencia de la televisión de pago multicanal en América Latina implicó un salto cualitativo en: la provisión de programación extranjera (fundamentalmente proveniente de Estados Unidos); la importación, modificación y exportación de formatos (ver Arsenault y Castells, 2008; Sinclair, 1999; Fox y Waisbord, 2002; Waisbord, 2004); la generación de contenidos nacionales o locales a través de políticas de terciarización por parte de los canales, con el consecuente surgimiento de productoras independientes; y la complejidad creciente del modelo de negocios de la industria.

Este cambio industrial y tecnológico tiene en la digitalización un desafío que promete alterar el proceso productivo de la televisión, su ecuación económica, que preocupa e interesa por igual a los grupos de comunicación y a los movimientos sociales que aspiran a coparticipar del acceso a las licencias.

Por ello resulta importante considerar la cuestión de la transformación regulatoria impulsada en casi todos los países de la región y concretada en algunos de ellos. Al contemplar los cambios en la regulación de la televisión se advierte que a pesar de importantes diferencias en la política audiovisual de los diferentes gobier-

nos, la mayoría ha impulsado iniciativas que se caracterizan por una mayor injerencia estatal, así como por el reconocimiento del derecho al acceso para actores sociales no lucrativos (cooperativas, comunidades indígenas, redes) hasta ahora imposibilitados legalmente a ser titulares de licencias audiovisuales (ver Kitzberger 2008; Becerra y Mastrini, 2009; Hallin y Papathanassopoulos, 2002; Ruiz, 2010). Esta injerencia estatal ha producido en muchos casos el enfrentamiento directo entre el gobierno y los grupos comerciales de medios de comunicación. El caso más conocido es el del presidente venezolano Hugo Chávez (1999-2001; 2001-2007; 2007-2013), pero el conflicto con los grandes medios sucedió también con las presidencias de Lula da Silva en Brasil (2003-2007, 2007-2011); Cristina Fernández de Kirchner (2007-2011) en Argentina; Evo Morales (2005-2010; 2010-2015) en Bolivia; o Rafael Correa en Ecuador (2007-2011), entre otros. El conflicto entre actores sociales, industriales y gobiernos expresa la quiebra de un modelo que Fox y Waisbord describieron con una paradoja: «el modelo comercial del audiovisual latinoamericano fue en muchos casos al mismo tiempo no regulado y fuertemente controlado» (2002: 1). Las nuevas regulaciones suponen nuevas formas de control del Estado y desconcierta a propios y a extraños en el panorama audiovisual latinoamericano. Sus efectos, su capacidad de modificación de las estructuras de propiedad y su intención de producir contenidos ideológicos públicos con lógica no comercial, podrán evaluarse en los próximos años.

## 7. CONCLUSIONES

Las industrias culturales afrontan en el mundo entero incluida América Latina, un replanteamiento profundo tanto de su modelo de negocios como de los marcos jurídicos y su relación con el estado. Como diagnosticaba hace ya diez años Getino, (2001), «hasta cuatro o cinco décadas atrás, cada industria cultural tenía características relativamente autónomas y autosuficientes (el editor de libros producía para las librerías; el productor de cine para las salas tradicionales, etc.). Actualmente, el tradicional quiosco ubicado en cualquier ciudad, que ofrece sumultáneamente diarios, revistas, libros, videos, CD-Rom, discos, etc., aparece como la metáfora de una convergencia, no sólo tecnológica, sino también de distintas ramas de la producción y de los mercados» (2001 :3).

Políticamente hay dos momentos significativos. Por un lado, en la década de los noventa es imprescindible aludir al proceso de privatizaciones (transferencia de los activos estatales a capitales privados); con las privatizaciones se relajaron los marcos regulatorios y se permitieron mayores niveles de concentración. Este proceso fue potenciado por la afluencia de capitales de grandes grupos infocomunicacionales en la región; por la financiarización (introducción de capitales financieros) en muchas de las actividades centrales de información y comunicación; por la concentración de la propiedad y por un cambio radical en el tipo de intervención estatal, que pasó de-

cididamente a incentivar, sostener y proyectar el protagonismo de los grandes grupos del sector (Mastrini y Becerra, 2006).

Sin embargo, en la primera década del siglo XXI, con procesos diferentes y con modelos políticos no idénticos, la mayoría de los países latinoamericanos reorientan sus políticas en torno una participación mayor en la economía en general. Para las industrias culturales aún es pronto para un balance de las transformaciones, pero todo indica que a la par de una mayor conciencia de la importancia económica de las industrias culturales se promueven nuevas formas de producción y distribución cultural no orientadas exclusivamente por criterios de mercado. Los esfuerzos para despenalizar la radiodifusión de comunidades (en Perú, en Uruguay o con matices, en Chile, en Brasil y en la Argentina) o para organizar potentes emisoras privadas con vocación de servicio público no gubernamental (como en Brasil) son señales que comenzaron a producirse después de 2004 y que son por ahora tenues ante los niveles de concentración observados.

La articulación del acceso desigual y diferenciado de los latinoamericanos (condicionado por la regresiva distribución de todos los bienes y servicios en América Latina) con la alta concentración en pocas manos de los instrumentos de producción y distribución de contenidos informativos y de entretenimiento, es fruto de procesos históricos y de acumulación de políticas que, por acción u omisión lo han hecho posible.

La reacción del sector productivo cultural en América Latina en relación a los desafíos planteados por la digitalización no ha sido apresurada ni original. Si bien el acceso todavía diferenciado de una parte significativa de la población a servicios de banda realmente ancha retrasa el problema del acceso masivo, la caída en las ventas en algunos sectores ya comienza a ser registrada. Frente a ello la primera respuesta ha sido profundizar en el modelo de concentración como estrategia de resistencia a la crisis. Los nuevos modelos de negocios desarrollados en los países centrales, como servicios *freemium*<sup>5</sup> sólo pueden ser ofrecidos a públicos minoritarios.

El dominio de cuotas crecientes del mercado y la expansión hacia otros sectores culturales parece ser la primera respuesta. Así se puede entender tanto la expansión de la multinacionales de la música hacia la producción de espectáculos como la integración de las empresas telefónicas en el sector de la distribución por cable.

De este modo, a los procesos de concentración horizontal o monomedia registrados en América Latina antes de la década del noventa, hay que añadir la progresiva complejidad de un escenario atiborrado de concentraciones multimedias y de conglomerados (también llamados «de multiformidad» por algunos autores), muchos de ellos protagonizadas por actores extranjeros y en algunos casos, ajenos a las

<sup>5</sup> Modelo de negocios que ofrece servicios básicos gratuitos mientras cobra otros especiales o avanzados.

industrias infocomunicacionales y particularmente vinculados a los mercados financieros, lo que habilita a pensar en un proceso de «financiarización» del sector que imprime un sesgo cortoplacista al funcionamiento del sistema que precisa de contenidos provocativos que atraigan las audiencias (entendidas como consumidores) y sumen publicidad para rentabilizar las inversiones como fin último y justificador.

Los indicadores provistos por el presente estudio deben analizarse, pues, a la luz de la identificación del carácter conglomeral, multimedia y de «multiformidad» de la concentración del sector en pocos grupos infocomunicacionales que suelen tener predominancia no ya en una sola actividad (por ejemplo prensa escrita), sino en el cruce de sus propiedades en varias actividades (industrias) a la vez. De este modo, uno de los principales operadores telefónicos posee en Argentina la licencia de uno de los dos canales de televisión que domina tanto en audiencia como en facturación publicitaria; o en Brasil la principal red de televisión abierta pertenece al mismo grupo que a la vez gestiona uno de los principales diarios matutinos, o en Colombia un grupo español de comunicación que adquirió la primera cadena de radio está presente en otros medios de otros países de la región.

Una propuesta novedosa, constantemente planteada en los debates sobre las industrias culturales, pero escasamente desarrollado, son los procesos de integración regional como medio de alcanzar economías de escala. Dichos procesos sólo han alcanzado éxito cuando han sido abordados directamente por el mercado, como en el caso de la distribución discográfica controlada desde Miami (al igual que los servicios de empaquetado de señales de televisión de pago), y en el caso de la televisión por satélite dominada por la empresa DirectTv en forma de monopolio en toda la región.

Si bien se aprecia un crecimiento de la importancia económica de las industrias culturales en la región, el saldo de la balanza comercial sigue siendo ampliamente desfavorable. América Latina importa mucha más producción cultural de la que consigue colocar en los mercados exteriores.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBARRAN, A. y J. DIMMICK (1996): «Concentration and economies of multifirmity in the communications industries», en *Journal of Media Economics*, 9(4), 41-50.
- ARSENAULT, A. y M. CASTELLS (2008): The structure and dynamics of global multi media business networks, *International Journal of Communications*, 2, 707-748.
- BECERRA, M. y G. MASTRINI (2009): Los dueños de la palabra, Prometeo, Buenos Aires.
- BUSTAMANTE, E. y J. C. MIGUEL (2005): «Los grupos de comunicación iberoamericanos a la hora de la convergencia», en *DIALOGOS* N° 72, Lima: FELAFACS.
- BUSTAMANTE, E. (2011): «¿La creatividad contra la cultura?», en Luis Albornoz (comp.) *Poder, Medios, Cultura*, Paidós, Buenos Aires.
- CASTELLS, M. (2010): *Comunicación y poder*, Alianza, Madrid.
- CERLAC (2009): Percepción sobre el clima empresarial editorial y tendencias a corto plazo, boletín N° 7, Cerlac, Septiembre de 2009.
- FOX, E. (1990): *Días de Baile: el Fracaso de la Reforma de la Televisión de América Latina*, México DF: FELAFACS-WACC. 216p.
- FOX, E. y S. WAISBORD (eds.) (2002): *Latin Politics, Global Media*, Austin: University of Texas.
- GETINO, O. (2001): *Las industrias culturales en el Mercosur*, Observatorio de Industrias Culturales de la Ciudad de Buenos Aires, disponible en [http://sinca.cultura.gov.ar/archivos/documentacion/investigaciones/ind\\_cult\\_en\\_el\\_mercosur.pdf](http://sinca.cultura.gov.ar/archivos/documentacion/investigaciones/ind_cult_en_el_mercosur.pdf)
- HALLIN, D. C., y PAPATHANASSOPOULOS, S. (2002): Political clientelism and the media: Southern Europe and Latin America in comparative perspective, en *Media, Culture & Society*, 24(2), 175-195.
- KITZBERGER, P. (2008): «Las relaciones gobierno-prensa y el giro político en América Latina», en *El debate político. Revista iberoamericana de análisis político*, Año 5, Nro. 6, Fondo de Cultura Económica, Buenos Aires.
- MASTRINI, G y M. BECERRA (2001): «Cincuenta años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala», in F. Quirós & F. Sierra (eds.) *Crítica de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura*. Sevilla: Comunicación Social.
- (2006): *Periodistas y Magnates. Estructura y Concentración de las Industrias Culturales en América Latina*, Buenos Aires: Prometeo.
- MCCHESNEY, R. (1998): *Rich Media, Poor Democracy*. New York: The New Press.
- MOSCO, VINCENT (1996): *The political economy of communication*, Londres, Sage.
- NAPOLI, P. (1999): Deconstructing the diversity principle. *Journal of Communication*, 49: 7-34.
- OBSERVATORIO DE INDUSTRIAS CREATIVAS (2011): *La industria de la música en la Ciudad de Buenos Aires*, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Buenos Aires.
- RUIZ, F. (2010): «Fronteras móviles: caos y control en la relación entre medios y políticos en América Latina», en Sorj, Bernardo (comp.), *Poder político y medios de comunicación: de la representación política al reality show*, Siglo XXI y Plataforma Democrática editores, Buenos Aires, 15-58.
- SINCLAIR, J. (1999): *Latin American Television*, New York: Oxford.
- VAN DER WURFF, R. y VAN CUILENBURG, J. (2001): «Impact of Moderate and Ruinous Competition on Diversity: The Dutch Television Market», *Journal of Media Economics*, 14(4), 213-229.
- WAISBORD, S. (2004): McTV, Understanding the global popularity of television formats, en *Television & New Media*, 5(4), 359-383.
- YÚDICE, G. (2008): «La transformación y diversificación de la industria de la música», en E. Bustamante (ed.) *La cooperación cultural-comunicación en Iberoamérica*, AECID, Madrid.
- ZALLO, R. (1988): *Economía de la comunicación y la cultura*, Akal, Madrid.
- (2011), «Retos actuales de la economía crítica de la comunicación y la cultura», en Luis Albornoz (comp.) *Poder, Medios, Cultura*, Paidós, Buenos Aires.

---

# *Cultura, industria cultural e innovación en la Comunidad Autónoma de Euskadi: una especialización pendiente*

La digitalización con globalización significa tanto un cambio tecnocultural como social de impredecibles consecuencias. En ese marco tienen un importante protagonismo las industrias culturales y, en otra medida, las industrias creativas, cuyo estatuto se debe precisar. Aquí se concibe la cultura como el otro lado, el subjetivo, del espejo en el que se mira la innovación tecnológica, material, inmaterial o sistémica. En ese marco conceptual se diagnostican el déficit cultural vasco histórico y actual. Ese déficit se aprecia en el gasto doméstico cultural y, en parte, en el tipo de gasto público que, de todas formas, ejerce de factor compensatorio. En un país que sabe que ha de volcarse en la innovación y que cuenta con una cultura específica y minoritaria en su entorno, la era digital ofrece la ocasión para corregir ese rumbo, de tal modo que se innove la cultura y se desarrolle simultáneamente un sector cultural como una especialización con importantes recursos creativos, culturales y educativos. La capitalidad cultural europea para Donostia es una oportunidad para esa apuesta a medio plazo en cultura y comunicación en los tres territorios.

*Digitalizazioak eta globalizazioak aldaketa teknokulturala eta soziala dakartzate, aurretik jakin ezin diren ondorioekin. Eremu horretan protagonismo handia dute kultura-industriek eta, beste neurri batean, sorkuntza-industriek, horien estatutua zehaztu behar dela. Hemen kultura beste alde batetik, subjektiboa, berrikuntza teknologikoa, materiala, inmateriala edo sistemikoa islatzen dituen ispiluarena. Kontzeptu-eremu horretan diagnostikatzen da euskal kulturaren defizita, historikoa eta gaur egungoa. Aipatutako defizit hori argi ikusten da etxeko kultura-gastuan eta, zati batean, gastu publikoaren tasan, nolana ere konpentsazio-faktorea dela. Berrikuntzaren alorrean dena eman behar duela eta inguruan kultura jakin eta txiki bat duela dakien herrialde batean, aro digitalak aukera paregabea eskaintzen du norabide hori zuzentzeko eta, horrela, kultura berritzeko eta, aldi berean, sormen-, kultura- eta hezkuntza-baliabide garrantzitsuak izango dituen kultura-sektorea garatzeko. Donostia Europako kultur hiriburu izendatu izana aukera handia da hiru lurraldeetan kulturaren eta komunikazioaren epe laburrerako egindako erronka hori lortzeko.*

Digitisation and globalisation are leading not only to technical and cultural changes but also to social changes whose consequences are unpredictable. In this context, the culture industry and, on a different level, the creative industries (whose status needs to be determined) have a core role to play. Here, culture is seen as the subjective «other side» of the looking-glass in which tangible, intangible and systemic technological innovation is reflected. In this conceptual framework the Basque Country can be deemed to have fallen short in the past and also in the present. That shortfall can be seen in domestic spending on culture and, in part, on the type of public spending which, in any event, acts as a counterbalance. In a country that realises the need to stress innovation and has a specific, minority culture within its milieu, the digital age offers the occasion to correct its course so that there is innovation in culture and at the same time a cultural sector is developed as a specialist area endowed with major creative, cultural and educational resources. The selection of Donostia as European Capital of Culture is an opportunity for a medium-term move to support culture and communication in all three Basque territories.

## Índice

---

1. Introducción
2. Cambios tecnológicos, económicos y sociales e industrias culturales y creativos
3. Sociedad vasca y cultura: precedentes
4. Un modelo también económico para la cultura vasca
5. Ciudades: Donostia 2016... como punto de inflexión
6. Especializarse en cultura y comunicación

### Referencias bibliográficas

Palabras clave: industria cultural, industria creativa, innovación cultural, sector cultural, economía de la cultura, Donostia- San Sebastián 2016, política cultural.

Keywords: cultural industry, creative industry, cultural innovation, cultural sector, Economy of Culture, Donostia-San Sebastian 2016, cultural policy.

N.º de Clasificación JEL: Z11, Z13, R58.

---

## 1. INTRODUCCIÓN

Este artículo pretende acercar las problemáticas teóricas y prácticas de la economía de la cultura y la comunicación al debate social, político y económico en el País Vasco, debate del que ha estado tradicionalmente ausente.

Para ello se apunta el marco de cambios tecnoculturales que se están produciendo y las conceptualizaciones para abordarlos. Por un lado, las especificidades del capitalismo inmaterial o de conocimiento. Por otro, las inconveniencias de la propuesta de superación del concepto de industrias culturales —con su carga semántica democratizadora— por el concepto puramente mercantil de industrias creativas.

Entrando ya en el territorio vasco se intenta diagnosticar culturalmente Euskal Herria para ensayar posteriormente el análisis de demandas privadas y públicas culturales, así como los aspectos cuantificados que parecen relevantes del sector económico cultural de la Comunidad Autónoma de Euskadi.

De modo menos analítico y más propositivo, y tras plantear que la capitalidad cultural europea de Donostia 2016, puede tener un papel estratégico general para la década en todo Euskal Herria, se apuesta por la especialización económica del país

también en cultura y comunicación y la consideración del sector cultural-comunicativo como un sector estratégico y preferente.

## 2. **CAMBIOS TECNOLÓGICOS, ECONÓMICOS Y SOCIALES E INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS**

Aparentemente habría que relativizar el peso de las políticas culturales en un mundo de crecientes espacios de cultura y comunicación globales y de nuevas formas de estructuración (redes, comunidades virtuales, etc). Pero la globalización ha hecho a las comunidades con identidad más conscientes del valor de sus culturas, porque la localización, la descentralización o la diversidad son también tendencias fuertes y, además, proporcionan sentido a proyectos colectivos.

El desarrollo cultural es una base de identificación, de cohesión, de recursos y de desarrollo territorial de las comunidades. Al mismo tiempo, su enfoque económico y su innovación se vuelven sustanciales en la era global. Sin embargo, las comunidades tienen dificultades para el acceso a su propio mercado interno y competir en él en condiciones de igualdad; y ya no digamos para intercambiar o internacionalizar contenidos de producción propia. Por ello, la política cultural de la diversidad, no solo es aplicable a los estados (Directivas sin fronteras, leyes del cine, etc.) sino, con mucho más motivo, a esas comunidades y sus respectivos patrimonios lingüísticos y culturales.

En los sistemas descentralizados las regiones tienen sus competencias y sus políticas propias y, en general, intervienen con mayor intensidad cuanto más se les reconozca como sujeto cultural y político diferenciado en el ordenamiento jurídico. Lo tradicional es que las regiones sean especialmente competentes en cultura (patrimonio, artes, equipamientos, programaciones, ayudas a creadores y empresas) por el triple hecho de la identidad compartida por su ciudadanía, el conocimiento sobre el terreno y el factor de prestigio para las élites locales.

En el campo comunicativo y cultural, como comunidades de vida, parten de una gran ventaja: los recursos creativos tienen anclajes territoriales con independencia de que luego realicen despliegues por el ciberespacio. La localización genera sinergias relacionales, creativas, productivas, de recursos y de usos. Además, no es en absoluto incompatible —en un ciberespacio que actúa como un espacio expandido sobre el que desarrollar iniciativas o estrategias— con las extensiones de redes sociales o con los contactos internacionales.

### 2.1. **Mutaciones en cultura y comunicación: cambio tecnocultural y cambio social**

La mutación del sistema comunicativo y el lugar preferente de internet como ruta, organizador de flujos y nuevo espacio, se inscribe en un ámbito mucho más amplio: el cambio tecnológico y productivo global con centro en el conocimiento.

Los nuevos retos culturales vienen de la convergencia tecnológica de los terminales centrales (ordenador, móvil, televisor) y de la convergencia tecnológica creciente de redes, aparatos y contenidos, de la mezcla de formatos, del cambio acelerado de usos... y de Internet como puerta central de paso. Las cantidades de información, el acceso, las relaciones interactivas más allá de la geografía, las narrativas posibles, las formas de conocimiento, la intervención social y política, el sentido del tiempo y espacio, van más allá de todo lo imaginable hace tan solo una década.

No obstante, los cambios copernicanos en cultura y comunicación no son el mero producto de las tecnologías. Son las tendencias del sistema los que marcan el contexto de los desarrollos tecnológicos;<sup>1</sup> y los objetivos de la comunicación no son tecnológicos sino de gestión de las relaciones en el interior de la sociedad y entre las sociedades.

Desde el punto de vista técnico la digitalización unifica el sistema de signos, símbolos e imágenes, homogeneiza el tratamiento de señales, eleva exponencialmente la velocidad de circulación y difusión de la información y facilita la conectividad de los sistemas tecnológicos, así como la movilidad que caracteriza nuestro tiempo tecnoeconómico y a la sociedad red.

Desde el punto de vista sistémico la digitalización facilita desarrollos cualitativos como la interoperabilidad, la transversalidad de soportes y contenidos, la interactividad, la accesibilidad, los transformatos, la ubicuidad y accesos múltiples, la compatibilidad entre la fragmentación de los procesos comunicativos y su recomposición abierta, el encuentro de lo micro y lo global, etc.

La digitalización afecta a todas las fases del proceso de trabajo y productivo, a las formas de consumo y acceso a los contenidos culturales, de ocio e informativos y a los modos de gestión tanto del usuario como de los suministradores de contenidos. El programador de parrilla que gestiona la oferta, en temas y tiempos, compite con el suministrador de bancos de imágenes a la demanda en cualquier momento y lugar y en sus distintas formas: canales de pago, *pay per view*, *cacht up TV*, cine digital con servicios de descarga de pago (tipo i Tunes) de *films* o series y conectables al televisor... Y ambos compiten, sobre todo, con el propio usuario con su menú indistinto de vida cotidiana, información, conocimiento, contactos y ocio.

La combinación de mercados de masas y de usuarios de tribu o afición, se traduce en la flexibilización tanto de las empresas de estructura productiva de costes fijos ligeros para usos en IP o en *long tail* (larga cola), como de las clásicas empresas con costes importantes y de estrategias tradicionales de parrilla que compiten en apuestas masivas. Y dentro de la digitalización ya estamos en las subetapas 2.0 y 3.0.

---

<sup>1</sup> Según Cardoso (2008: 49) «Esa red de tecnologías no es el mero producto de una convergencia tecnológica sino de una forma de organización social creada por quien hace uso de ella».

## ***Cambio social***

El acceso a la cultura se ha democratizado cualitativamente. Hay inmensos conocimientos accesibles a toque de *clic*. Las oleadas de aplicaciones tecnológicas han sido la ocasión para que se produzcan —más allá de la economía— fuertes y contradictorios impactos en la gestión de las sociedades. Por ejemplo, en los órdenes: relacional (nacen asociaciones y vinculaciones de red), espacial (el territorio pierde peso pero gana en significaciones), temporal (el tiempo pasa de cronométrico a subjetivo, programable y autogestionable), identitario (las identidades están en profundo cruce) o laboral (el empleo se precariza).

La cultura y la comunicación redefinen el modelo social y relacional porque son una sustancia central de las sociedades de conocimiento y tienen un papel regulador. La cultura como un todo está en el centro del tránsito de las sociedades industriales a las de valores añadidos estratégicos como la tecnología, el conocimiento, los símbolos o las identidades.

## ***Tecnocultura***

La parte de la cultura y comunicación más influida y afectada por las tecnologías puede denominarse como tecnocultura, y se traduce en la cibercultura de la sociedad-red, la proliferación de comunicaciones, la extensión y compartición del conocimiento, las autorías colectivas y en cadena o la tendencia natural al dominio público o procomún como patrimonio colectivo.

Sin soportes y a coste casi cero, las herramientas de la creación y de la comunicación se extienden más fácilmente, y permiten intercambios en todas direcciones, colectivizar los procesos productivos y romper la dicotomía entre cultura activa y pasiva.

El capital humano sale ganando en accesos, destrezas, polivalencias, construcciones asociativas y menos abstractas, función reemisora y suavización de la verticalidad entre creación y usos sociales, incluso intercambiándose ocasionalmente roles.

No obstante, el peso de las destrezas combinadas con las emociones, nos alejan de la racionalidad de la Ilustración, y no deja de tener efectos en el tipo de contenidos y cultura. Con la conectividad y la interactividad gana la comunicación, no necesariamente la cultura o, al menos, ésta cambia de forma.

La calidad, el conocimiento, el saber, la racionalidad, la profundidad, se ven matizadas o desplazadas por la imaginación, lo llamativo, la captación de atención, la sorpresa, el choque, el instante, el ruido, el sentimiento o el gag. La forma de construcción del pensamiento puede llegar a ser excitante (signos, imágenes, enlaces, hipertexto...), más cerca del modo de construcción de nuestros imaginarios y, al tiempo, preocupante por la captación de información ingente, instantánea, discontinua, asociativa más que racional, combinatoria, derivativa —el hipertexto invita a ello—,

de pequeño formato, con pocas claves interpretativas y siempre en construcción en el caso de los *blogs*. Se trata de nuevas capacidades de conocimiento y de una metacultura (Ariño 2010) de integración de todas las formas culturales pasadas y presentes.

El propósito del contenido —ser directos— gana sobre la forma; se generan ingentes cantidades de contenidos —de recepción y devolución instantáneas y ubicuas, con ligeros valores añadidos— sobre un fondo inconmensurable de informaciones consultables al instante y en conectividad...y entre las que no se encuentran, de todas maneras, buena parte de las informaciones sensibles o estratégicas.

La cultura y el conocimiento pasan al estatuto de «contenidos», con un eco cada vez más lejano al baremo de las calidades y una abundante banalidad rápidamente sustituida por otra de igual signo. Diluyéndose el espíritu crítico también se pierden las defensas ante un sistema generalizado de relaciones públicas interesadas.

El problema pasa a ser la disposición de criterios para deambular con sentido entre tanto contenido. Espoleados a impulsos en continua excitación, sin apenas retención de la mirada y con creciente déficit interpretativo o de visión global, nos situamos en carreras sin fin hacia cualquier parte.

## 2.2. Capitalismo cognitivo

El capitalismo cognitivo es, sobre todo, captación de conocimiento social e individual para la acumulación de capital. Busca apropiarse y acumular valores añadidos vinculados al conocimiento o capital humano individual (*wetware*) y al colectivo (*netware*) (Ayestarán 2007) o procomún. En la medida en que las sociedades avanzadas apenas disponen ya de ventajas respecto a los países en desarrollo y emergentes en producción industrial fordista de baja gama tecnológica, el *stock* y la gestión de conocimientos son cada vez más tractores y decisivos.

Conlleva un nuevo capital pionero, el capital cognitivo o inmaterial, que conducido por el capital financiero, cogestionando el *stock* disponible de conocimientos en una comunidad o un territorio, como *input* central del proceso económico y un valor añadido preferente en la obtención de excedentes. Crecen todas las actividades vinculadas a ella. Hoy el capital cognitivo quiere ser el motor y beneficiario en la sociedad postfordista, de la información, del conocimiento o del aprendizaje, que pone el acento en el valor añadido inmaterial.

Ese capital se centra en la apropiación, acumulación y gestión de valores y propiedades inmateriales y está presente en muchos sectores porque es un capital transversal a la gestión del capital financiero, organizacional, informático, energético, cultural, comunicativo o telecomunicativo. Los valores añadidos preferentes del postfordismo son conocimiento, patentes, I+D+i, aplicaciones, saber empresarial, recursos humanos, capacidad innovadora...y, también, propiedad intelectual, información, comunicación, publicidad o cultura.

Llamativamente, unas tecnologías que permiten amplificar y distribuir sin límites la cultura y la creación son coetáneas al deterioro del estatuto y desvalorización del capital humano cultural. Con el *mileurismo* y la precariedad en la sociedad del conocimiento, el valor de su fuerza de trabajo y del trabajo se ha distanciado de forma brutal del valor del capital humano acumulado por esas personas a lo largo de años de aprendizaje y experiencia. Ello —a falta de regulación social— solo puede traer inestabilidad.

Se produce así un desajuste creciente entre las inmensas potencialidades democratizadoras de la red para la difusión generalizada de toda clase de contenidos,<sup>2</sup> y el empeño de los poderes económicos y políticos tanto en privatizar el máximo de recursos como de discriminar el acceso en función de disponibilidades de renta y de conocimientos.

Esto ocurre preferentemente de dos formas: apropiándose, mediante *copyright* o marca, no solo de los valores añadidos reales y legítimos sino de toda la cadena de valor (incluidos saberes ajenos y recursos públicos) aunque solo se haya contribuido al final; y poniéndole precios de monopolio natural muy superiores al coste marginal para teóricamente premiar un fuerte coste o riesgo previo, que muchas veces no existe. En la sociedad red son las redes, el acceso y el contacto, quienes gradúan valores futuros, por lo que el monopolio sobre la obra no es necesariamente funcional ni anima a la creación o a la innovación, con el agravante de que se produciría más y mejor si se hiciera de forma cooperativa y en acceso libre (libre no equivale a gratuito).

La clave está en acertar con nuevas formas de regulación remuneradoras de autores e industria, compatibles con dominios públicos, accesos gratuitos y pagos equilibrados de los usuarios y que retroalimenten los procesos creativos y productivos.

La política pública sobre Internet está condicionada por: unos cambios tecnoculturales (la extensión de internet, el triunfo social del teléfono móvil, la proliferación de cadenas, la digitalización general, la convergencia de aparatajes), unos nuevos usos de la comunicación (las redes sociales, los intercambios, las plataformas multiusos, las formas de *triple* o *four play*, la presencia creciente del pago) y un cuadro normativo muy retardado, que requiere cambios en el sentido de la democratización.

Pero la política cultural práctica sobre Internet y sobre la cultura digital no se beneficia de la relativa centralidad que en las distintos países sí tienen las políticas de I+D+i. Estas, a pesar de que constituyen un paraguas general, le dan un lugar mínimo a los contenidos del digital cultural y comunicativo. Es obvia la prelación del I+D+i tecnológico o industrial sobre la creatividad cultural y comunicativa, de las redes e infraestructuras sobre los servicios, de los continentes sobre los contenidos y de los equipamientos sobre el quehacer de las personas, ya sean usuarias o creadoras.

<sup>2</sup> Partidarios del modelo actual de propiedad intelectual como es el caso de Hutter (2005) reconocen que podría elevarse exponencialmente el acceso social al conocimiento ya que los costes de reproducción caen drásticamente y los costes marginales tienden a cero.

Y sin embargo, la cultura es el lado subjetivo del otro lado del espejo en el que se mira la innovación tecnológica, material, inmaterial o sistémica. El cambio cultural colectivo y en las personas —conocimiento, cultura, personalidad— es el mejor aval para la adaptación a los cambios difíciles (resiliencia) y el patrón en el que mirar el cambio cualitativo en una sociedad.

### 2.3. Industrias culturales y/o industrias creativas

En la relación entre I+D+i y la cultura, es la primera la que sale ganando. Incluso en sus espacios más trabados, la cultura toma la forma de comunicación en tanto se valora más la novedad intercomunicativa (desde el *smartphone* a las aplicaciones y nuevas utilidades) que los contenidos culturales.

Al cambio de paradigma vigente (sociedad de la información o del conocimiento) le acompaña el concepto de «industria creativa». En verdad daría igual emplear el término «industrias culturales» que «industrias culturales y creativas», entendiendo que con esta última idea de «y creativas», se dice querer hacer también una descripción y una política sobre esas áreas que nunca se han considerado industrias culturales, léase el diseño, la moda, la publicidad y la arquitectura. Lo normal es que las disciplinas científicas se funden sobre objetos de estudio, no sobre aptitudes salvo en las llamadas ciencias del comportamiento.

Ciertamente hay dos campos: el sector cultural propiamente dicho y la parte de connotaciones culturales en el conjunto del sistema productivo.

Dentro del primero, en el concepto tradicional de industrias culturales, entran de pleno el *software* cultural, videojuegos, Internet social y cultural.... En cambio no todo el *software* ni todo internet deben entrar en ese campo (e-comercio, B2B,...).

No se debe olvidar que «la cultura nace de actos de creación simbólica, tiene procesos de trabajo y valorización específicos por su propia naturaleza; supone siempre algún proyecto estético y comunicativo independientemente de su calidad, se plasma en objetos o servicios culturales y demandados como tales; y tiene una eficacia social por su percepción social en forma de disfrute, conocimiento y vertebración colectiva» (Zallo, 2007).

Por su parte, sería pertinente la inclusión de la parte cultural de las producciones convencionales del sistema general de producción, si se refieren al diseño real —y no a una ponderación estadística fija atribuida al diseño en cada producto—; a la creación publicitaria —y no a toda la publicidad como por ejemplo la gestión de cuentas, el *marketing* y la comunicación ya contabilizada en buena parte en las facturaciones del sistema mediático—; a la arquitectura creativa —y no a la construcción—; a la moda —y no al vestir—.

Si se extienden sin medida sería simplemente otro nombre para la innovación<sup>3</sup>. Extender conceptualmente las industrias creativas hasta identificarlas con la innovación, perjudica a la cultura y su significación social. No es pertinente convertir la cultura, que es un fundamento social y un objeto de estudio específico y central, en un ítem más de la creatividad o de la innovación. Si se hace se perderá por el camino la cultura misma, diluyéndose su papel social de *tool kit* general y de referente crítico para la evolución social misma, al tiempo que la política cultural perdería su *punch* democrático y cohesivo.

No se trata de un debate terminológico. Si la cultura y la comunicación, a su vez, devienen solo «creación» o, si se quiere, solo innovación, entonces la cultura digital se convierte en mera parte de la digitalización<sup>4</sup>, cuando la perspectiva debería ser innovar, digitalizar y extender la propia cultura. Y desde luego hay que evitar contabilidades infladas que reflejen mal las realidades; algo así como burbujas de marketing.

Quizás en ese tipo de aproximaciones se tenga la ilusión de que la creación ha desplazado a los grandes grupos de cultura y comunicación. Nada más lejos de la realidad por dos razones. En primer lugar, los grupos se van resituando poco a poco (y controlan los *copyright*) en el enorme mercado que se abre con Internet y la fragmentación de ofertas y demandas, y aparecen nuevos grupos casi monopolistas (buscadores, operadores, plataformas...) que son llave de paso e intermedian todo el sistema sin llegar a producir contenidos. En segundo lugar, ha de hacerse una separación nítida entre la nueva y gigantesca comunicación intrasocial (algunos le llaman *Social Media* (Kapler y Ruiz de Querol, 2011), que apenas pasa por el mercado (aunque sí por los intermediarios de la telecomunicación, servidores y plataformas), y en el que se despliega una gran creatividad subordinada a la pura comunicación social de personas y colectivos, y el mercado digital que solo lentamente, a falta de adhesión social y reglas aceptadas, va remunerando la creación y está en general distribuida por empresas especializadas. La imagen del creador solitario ante un in-

<sup>3</sup> Con los criterios de la UNCTAD (ponderar un porcentaje de diseño en toda producción) China, la primera potencia clonadora del mundo, sería la primera potencia mundial de creación y no es verdad. Hay un problema de criterio. Si la arquitectura modular de VPOS es un ámbito creativo, España ha sido una potencia mundial creativa hasta ayer, y nosotros sin saberlo. ¿Y por qué no todas las ingenierías y sus planos sobre instalaciones y máquinas son parte de la industria creativa?. ¿Y por qué no toda la investigación que idea mundos o toda innovación con soluciones posibles a cualquier necesidad? Al final estaríamos solo en la innovación como categoría y no en un sector con una lógica compartida.

<sup>4</sup> S. Cunningham (en su anexo «A taxonomy of industries producing digital contents» del artículo *From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry, and Policy Implications*. Consulta on line: [eprints.qut.edu.au/588/1/cunningham\\_from.pdf](http://eprints.qut.edu.au/588/1/cunningham_from.pdf), incluye educación y salud, compañías de e-comercio, servicios on line, arquitectura o publicidad por Internet. Si la cuestión fuera la digitalización o las tecnologías de la información, ya no hay actividad que no intercambie mensajes, subproductos o informaciones digitalizadas, sea en su corazón productivo (el sistema financiero), sea en la fase comercial, promocional o relacional (industria y servicios). Si la cuestión fuera la creatividad no hay actividad que no requiera innovación.

menso mercado no se sostiene. Las estructuras económicas y los agentes siguen ahí, reconvirtiéndose.

Hay que prevenirse de las agregaciones excesivas. Las agregaciones en objetos de estudio globales ya se ensayaron en los años 60 y 70 con la «economía del conocimiento» de F. Machlupp o «la economía de la información» de Marc Porat. Era 2/3 de toda la economía de EE.UU. Los grandes agregados magmáticos que lo juntan todo son poco gestionables y suelen ser perecederos a falta de utilidad. Solo son un agregado discrecional más.

Por lo dicho no es pertinente el término de industrias creativas como concepto globalizante que incluya a las tradicionales industrias culturales porque entonces sí se nos escapa la función social de la cultura que no es la pura creatividad sino ofrecer significaciones, estéticas, expresividades a una sociedad en cambio, y no un mero despliegue de una creatividad personal, que siempre se supone. A fuerza de estirla ¿no va la creatividad contra la cultura?

Es menos arrogante, a pesar de su ambigüedad, la expresión «industrias culturales y creativas», entendiendo que ambas partes describen campos distintos con algún aspecto común, y que conviene en general tratarlas por separado salvo en casos puntuales. El diseño tiene un valor tan gigantesco que se comería a toda la industria cultural, y las cifras globales solo darían como resultado un escenario falso del estado de salud de la cultura.

Un problema añadido es que cada cual entiende lo que quiere sobre ese término. Desde la economía urbana y regional son «industrias creativas» la industria *tech*, ingenierías, servicios...identificados como la Industria del Conocimiento; o todo el *software*, las telecomunicaciones, además de la arquitectura (Heinrich 2010); o cabe deslizarse hacia un «*mapping of the industries producing digital content and applications*». (*Department of Communications, Information Technology and the Arts*).

En el modelo del Departamento de Cultura y Deportes británico (DCMS) de 13 ramas creativas se suman actividades que no son industriales (artes escénicas, artesanía) y otras que no son propiamente culturales (arquitectura, toda la publicidad); y, en cambio, no incluyen otras que siendo culturales no son, en cambio, industrias (patrimonio, equipamientos culturales,..) u otras con más vinculación con la cultura (turismo cultural).

Como la propuesta fue a iniciativa de consultoras cercanas a las empresas pudo haber varias intenciones en el concepto:

- arroparse con el aura que todavía tiene la cultura, sea para absorber ayudas culturales, sea para traspasar la flexibilidad laboral y trabajos en intermitencia tan propios del mundo cultural a otros sectores y así florezca la creatividad a bajo coste, sea para protegerse con el eficaz *copyright* o con la ley de propiedad intelectual ya que se trata de áreas nuevas que pueden buscar co-

bijarse ahí como monopolio natural (diseños, arquitectura, *software*, publicidad y marcas);

- diluir la creatividad y la cultura en una pura y darwiniana gestión por el mercado (apoyar solo la creación exitosa);
- situar con el tiempo la cultura como un ítem más —muy secundario obviamente— de la política tecnológica y de innovación.

Hay quien cree que se trata de una estrategia británica para valorizar su ventaja sectorial (Schlessinger 2011) y crear la ilusión de que es posible, en no importa qué país, generar un nuevo sector —es el viejo modelo del difusionismo desarrollista— mientras se disciplina en el *copyright* de pago a los países díscolos.

El debate de fondo es si la cultura es un puro valor económico e instrumental; si el mercado es el único regulador; si la diversidad y la igualdad cultural vendrán del «libre funcionamiento de las economías» o de la consciencia colectiva sobre lo que está en juego; o si la innovación fagocita a la cultura.

### 3. SOCIEDAD VASCA Y CULTURA: PRECEDENTES

La industria cultural es muy importante para cualquier proceso de desarrollo regional en la era global y digital, pero es decisiva para una cultura minoritaria como la vasca.

Para hacer un esfuerzo en esa dirección aún se tiene que convencer a las élites de que la cultura en sentido amplio (información, estéticas, valores, producciones y servicios,...) es, en muy buena parte, una inversión, una pieza clave en la innovación, o mejor, el envés de un concepto amplio de innovación que ha de ir más allá de la innovación tecnológica, industrial y organizacional para conectar con la innovación social.

La cultura no tradicional es siempre innovación de alta creatividad, en la que se combinan recursos múltiples pero, en cambio, no toda innovación es cultura salvo en un sentido muy genérico. Por supuesto la creación cultural es innovación; pero también lo son la difusión cultural y la comunicación social que aseguran una transmisión con efectos de nueva percepción en las representaciones humanas y de *training* colectivo social para la adaptación a los cambios en curso. Si la cultura empapa a una sociedad la innovación social<sup>5</sup> se multiplica.

<sup>5</sup> «La innovación social consiste en encontrar nuevas formas de satisfacer las necesidades sociales que no están adecuadamente cubiertas por el mercado o el sector público... o de producir los cambios necesarios de comportamiento para resolver los grandes retos de la sociedad». Unión por la innovación. CE 6/10/2010.

Ello no ocurre en el vacío sino sobre la base de los anclajes históricos de patrimonio, estilos, lengua, saberes transmitidos... que aseguran la evolución social y generan un vivero de recursos humanos polivalentes. La combinación del procomún histórico cultural con la nueva creación y su asimilación social, se traduce doblemente en continuidad cultural y en innovación cultural, y ambos definen el humus que hace a un país y a su gente.

Una buena parte de la cultura —ámbito por antonomasia de la creatividad pero no el único ni mucho menos— debe formar parte de los programas de apoyo a la innovación. Y no solo ese ámbito híbrido en el que se entrecruzan innovación tecnológica y cultural como son la generación y adaptación de contenidos para soportes y dispositivos informáticos o telefónicos, o la creación de las propias aplicaciones informáticas para esas finalidades o la invención de nuevas formas relacionales en red aptas a la extensión de valores añadidos. También el ámbito artístico, el patrimonio, la investigación cultural, la industria cultural, la comunicación social...

Todo esto conviene recordarlo porque en la tradición vasca hay un descuido histórico por lo cultural más allá de lo simbólico. Las élites vascas —desde los Caballeros de Azkoitia— siempre priorizaron el lado racionalista práctico —técnico y económico— de la Ilustración frente a la visión global de la Ilustración clásica: humanidades, sociedad y progreso económico. La Iglesia ocupó en parte ese espacio y el XIX fue de choque frontal entre distintos modelos sociopolíticos (liberalismo más Estado centralizado; carlismo más derechos históricos) de cuyas resultas surgió una industrialización que combina liberalismo y proteccionismo y una huella de autoorganización política y fiscal.

El inicio del siglo XX refrendó un nuevo modelo unilateral de progreso, solo económico, aunque con preocupaciones sociales sobrevenidas desde la presión de la clase obrera emergente (socialismo de principios del XX) y de las preocupaciones sobre la identidad (nacionalismo).

Hubo que esperar a las vanguardias artísticas del primer tercio del XX, y a los Chillida u Oteiza de la posguerra, para abrir una espita de esperanza. Pero fue el salto cualitativo en educación general y superior de una sociedad con tradición industrial y elevado PIB/habitante, quien ofreció en teoría la oportunidad de equilibrar una idea global de desarrollo, en la que el conocimiento en cultura, humanidades, artes, ideas y sociedad dejaran de ser el lado oculto de la luna para ser parte de un desarrollo integral de una sociedad avanzada.

Ciertamente ya desde el medievo Euskal Herria absorbió los estilos arquitectónicos y urbanísticos de cada época con cierta dignidad. También llegó a tiempo a la industrialización de la cultura iniciada con la imprenta; igualmente a los medios de comunicación escritos desde el XIX y con singular pujanza a una sociedad viva, mercantil, industrial y de variadas corrientes ideológicas. Asimismo se asumió el advenimiento de la radio en los años veinte del siglo pasado.

En cambio la hegemonía desde los años cincuenta de la industria cultural (gran sector editorial, fonografía, televisión, cine y audiovisual) en las demandas y usos culturales de una población con cierto poder adquisitivo, nos atrapó con el pie doblemente cambiado: un estrecho concepto propio de economía material y, además en régimen de monocultivo alrededor del hierro; y un centralismo que fue dictatorial hasta 1977 y que, ya en democracia, privilegió la cultura transnacional y de Estado.

Parece oportuno pensar en un cambio de registro con atención especial a la cultura. Por una parte, no hay duda que tenemos un déficit en industrias culturales y creativas, tal y como apunta la OCDE (2011), aunque ésta circunscriba la creatividad solo al diseño y a nuevas expresiones de la digitalización, un concepto bien reducido.

Por su parte, sorprende que junto a las tres E (educación, empleo y envejecimiento) de innovación social definidas por Innobasque (2011) no figure la cultura, y más en un país como éste, con déficit culturales en la cultura-competencia personal (no es lo que más valoramos y la actitud ante la *intelligentzia* siempre ha sido despectiva) y con riesgos como cultura minoritaria, o sea para la cultura-identidad que es la que nos da singularidad. La cultura de un país con una cultura minoritaria y una parte de ella minorizada, está ausente en su Estrategia de Innovación Social (incluye como ámbitos estratégicos: gobernanza, valores, emprendizaje social, Responsabilidad social de la empresa, Base de la pirámide y las tres «E»). Lo mismo ocurrió con el Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación 2010 que ceñía la innovación social a la transformación empresarial, los entornos y territorios inteligentes y a la investigación social.

### 3.1. Diagnóstico cultural para la sociedad vasca y para su economía

Haciendo un diagnóstico descriptivo actualizado del que se hiciera para el Kulturaren Euskal Plana-Plan Vasco de Cultura, teniendo en cuenta problemas de oferta y de demanda, y poniendo en diálogo contextos y agentes, nos resultaría el DAFO (debilidades, amenazas, fortalezas, oportunidades) sobre la cultura vasca reflejado en el cuadro nº1.

**Cuadro nº 1. DAFO DE LA INDUSTRIA CULTURAL Y MEDIÁTICA VASCA**

| Fortalezas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Debilidades                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cultura propia y diferenciada, un patrimonio singular que la sociedad valora desde una posición receptiva.</li> <li>• Alto nivel educativo y un relativo consumo cultural por habitante, prácticas sociales y amateurs activas.</li> <li>• La extensión del conocimiento y uso del euskera ha avanzado en los últimos 25 años.</li> <li>• Consta una tradición artística y creativa significativa en varios dominios.</li> <li>• La creación en euskera actúa como ventaja al no tener competencia.</li> <li>• Se da un cierto volumen de producción en edición de libros, música y de productos para TV.</li> <li>• La industria cultural vasca es pequeña, adaptable, bastante actualizada tecnológicamente y con un buen conocimiento del mercado cercano.</li> <li>• Se ha tomado conciencia de la necesidad de atender la educación en las especialidades artísticas.</li> <li>• EITB es y debe ser un potente motor de atracción para la cultura.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay deficiencias en la oferta educativa cultural y artística en el sistema reglado.</li> <li>• Los incentivos a creadores y estructuras son insuficientes incitándoles a trabajar fuera.</li> <li>• El espacio cultural vasco está mayoritariamente cubierto por producciones foráneas y no es íntegramente bilingüe.</li> <li>• Hay exceso de oferta o sobreproducción –como en otras partes- en edición y fonografía, al basarse en bastantes títulos de corta tirada.</li> <li>• Las empresas vascas tienen un problema de dimensión y carecen de empresas tractoras.</li> <li>• Los mercados del euskera son limitados, divididos por territorios y por políticas culturales.</li> <li>• No hay cuotas de emisión de producciones musicales propias en medios de comunicación.</li> <li>• La distribución es el déficit mayor de las industrias vascas culturales.</li> <li>• El papel de EITB en el aspecto promocional, desde su propio criterio de selección, y para todas las industrias de la cultura, tendría que ser central.</li> <li>• Escasea la coordinación de las diferentes administraciones públicas en las políticas de apoyo a la creación.</li> <li>• Hay poca obra volcada en la red y con escaso mercado remunerador para la producción de contenidos digitales y ya no digamos en euskera.</li> </ul> |
| Oportunidades                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               | Amenazas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• La apuesta por la oferta de interés y las líneas prestigiosas y de riesgo permitiría crear un <i>label</i>.</li> <li>• Hay una nueva generación de creadores pero requiere su reconocimiento mediático y el apoyo institucional y empresarial.</li> <li>• Los medios de comunicación tienen un papel central en la difusión.</li> <li>• Para sacar la cultura al exterior se deben aprovechar festivales, ferias, catálogos y redes.</li> <li>• Especializarse en cultura digital, en nuevos tipos de productos <i>off line</i> y <i>on line</i>, en descarga o en <i>streaming</i> y estar presentes en las redes.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Hay una limitada propensión a la lectura de libros, y riesgo de que la televisión temática fragmente imaginarios, identidades y preocupaciones colectivas.</li> <li>• La instalación de una cultura de pago no socializadora y una colonización cultural desde culturas más promocionadas es un problema social y un problema cultural.</li> <li>• Hay espacios de brecha digital intergeneracional.</li> <li>• Se constata un deterioro de la calidad de la programación televisiva generalista.</li> <li>• Internet también acarrea grandes incertidumbres.</li> <li>• Riesgo de diglosia o exclusión digital para los idiomas minoritarios.</li> <li>• Continúa la excesiva concentración transnacional en los mercados internacional e interno.</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |

| Oportunidades                                                                                                                                                                                                                                                                | Amenazas                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se ha tomado conciencia de la necesidad de instrumentos de financiación, para el fomento de la industria cultural.</li> <li>• El 2.0 aporta oportunidades al situar puntualmente a grandes y pequeños en el mismo plano.</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Las grandes ventas se concentran sobre pocos productos foráneos muy promocionados.</li> <li>• Se acentúa la localización empresarial cultural en Madrid.</li> <li>• Tendencia a la desaparición de la red de minoristas.</li> <li>• Riesgos para los servicios públicos generalistas de radiotelevisión.</li> <li>• Las guías y los buscadores ya privilegian las producciones muy promocionadas.</li> </ul> |

Fuente: adaptación propia desde los DAFO sectoriales del Kulturaren. Euskal Plana- Plan Vasco de Cultura (2004).

### 3.2. Limitada demanda cultural privada y compensación pública relativa

Antes de analizar la producción conviene revisar el gasto social cultural, así como el gasto cultural público que ha estado más pensado como demanda compensatoria sobre la cultura propia y ajena que como apoyo a la creación y a la producción.

#### *El gasto social en cultura<sup>6</sup>*

Por un lado, el comportamiento del gasto doméstico vasco, según el Anuario de Estadísticas Culturales del Ministerio de Cultura (2010) en comparación con otras comunidades autónomas del Estado, es indicativo de que la visión instrumental de la cultura de las élites ha calado en el comportamiento social. Se valora, en el gasto personal medio, la educación (2ª) como recurso que es para el empleo y la vertiente práctica de la vida pero, en cambio, en gasto personal en cultura la Comunidad Autónoma de Euskadi (CAE) es la 6ª en el Estado español y ello por la lectura de prensa (1ª) porque en gasto en libros es la 9ª, en audiovisual la 15ª y en Informática e Internet la 10ª. Son cifras preocupantes del gasto doméstico privado en bienes y servicios culturales en sentido estricto en 2008<sup>7</sup>.

<sup>6</sup> Hay, desde luego, cierta confusión estadística. La encuesta de Presupuestos Familiares (octubre 2010) del INE no coincide con la estadística del Ministerio de Cultura pero ambas van en la misma dirección.

<sup>7</sup> La media española por persona era de 368,3 € con un ligero descenso respecto a 2007 puesto que ya le afectó la crisis. El País Vasco gastaba 393 € por persona que era el 4,99% del total de gasto español —ligeramente superior a lo que supone como población (4,63%)— estando por encima Madrid (462 €), Catalunya (447,3), Asturias, Navarra y Baleares.

Por otro lado, si al epígrafe 9<sup>8</sup>, dedicado a «Ocio, cultura y espectáculos» — incluidos los equipamientos domésticos culturales— en la Encuesta de Presupuestos Familiares (INE, octubre 2010) le sumamos casi todo el epígrafe 8 (comunicaciones), lo que ciertamente es un abuso<sup>9</sup>, pero eliminamos las partidas no culturales de ambos (tales como vacaciones, servicios postales, deportes, juegos de azar, jardinería, mascotas, juguetes y bienes al aire libre) entonces el gasto anual por persona sería en el caso vasco de 710,23 euros sobre 13.379,73, o sea 5,30%. La media española, aun siendo algo inferior en cifras absolutas, es superior en porcentaje de la cesta dedicada a cultura y comunicación (688,68 sobre 11.365,19, o sea 6,05%).

Y si se tuviera en cuenta sólo el epígrafe 9 (pero sin vacaciones, deportes, servicios recreativos y deportivos, juegos de azar, jardinería, mascotas, juguetes y bienes al aire libre) se da el mismo fenómeno. El gasto vasco sería de 350,1 euros frente a los 335 del gasto medio español. Pero mientras este último supone un 2,94% del gasto doméstico, aquel solo suponía el 2,61% de la cesta de compra vasca.

El caso de la CAE es un caso de volumen intermedio de gasto cultural por persona en el Estado español, pero es de los más bajos en porcentaje de renta personal destinada a cultura. La explicación en una comunidad bastante agorafílica, de alta renta, muy preocupada por la *res publica*, que valora la educación como factor de futuro y conocida por su buen vivir, son los consumos especialmente altos en los epígrafes 4 y 5 relativos a vivienda y su interior (la primera comunidad), «hoteles, cafés, restaurantes» (también la primera), al igual que en prensa, doblando la media española. En enseñanza es la 2<sup>a</sup> después de Cataluña, pero es relativamente bajo el gasto en equipamiento audiovisual y servicios culturales, hay un gasto similar a la media en informática y es —según el INE— la quinta en libros.

Hay una idea confortable y práctica del progreso, en la que la palabra cultura tiene un rol secundario. Son cifras que no se corresponden con una comunidad con la renta per cápita más alta y con un sistema educativo potente y una cultura en riesgo que todo el mundo dice querer proteger y animar. También choca que la alta movilización social por el euskera no tenga una traducción paralela en contenidos.

Esa actitud social ante la cultura no ayuda a la especialización en creación y producción aunque las actitudes sociales sean modificables desde una nueva cultura pública.

<sup>8</sup> Agregando los subepígrafes culturales de cuatro dígitos de la encuesta.

<sup>9</sup> Como Internet no está desagregado de telefonía y fax, se incluye toda ella —equipos y servicios— aun sabiendo que abarca no solo el campo de la comunicación intrasocial —que es una práctica cultural social— sino también las comunicaciones interempresariales y comerciales.

### ***Gasto público autonómico en cultura***

El gasto público en cultura enmienda solo en parte ese relativo desinterés social. Sobre este particular disponemos también de estadísticas que van en la misma dirección pero que dicen cosas distintas.

En lo que respecta al gasto público de los gobiernos autonómicos cabe señalar dos cosas. En primer lugar, según el Ministerio, el gasto cultural autonómico del País Vasco<sup>10</sup> en relación al conjunto de las comunidades autónomas estaría 7 décimas por encima de lo que representa su población, pero respecto al PIB propio es inferior a la media (0,16%) frente al 0,2% en España. La media española del gasto público autonómico por habitante (sobre el padrón 2010) era de 45,2 euros mientras que la del País Vasco<sup>11</sup> era de 51,1, algo superior, siendo superado con diferencia por Ceuta (ciudad y autonomía), Navarra (autonomía y Territorio Foral al mismo tiempo), Melilla, Murcia, Extremadura, Asturias, Cantabria y Castilla-León.

En segundo lugar, utilizando las cifras del propio Gobierno Vasco se advierte lo desequilibrado de su estructura. Llama la atención la limitada inversión en cultura en sentido estricto (promoción y patrimonio) del Gobierno Vasco —tanto el actual como los anteriores— que sería solo de 66,9 millones de euros, o sea solo el 18,17% de los presupuestos del departamento, yendo la inmensa mayoría a EITB (42,1%) y Política lingüística (34,1%).

**Cuadro nº2. GASTO PÚBLICO CULTURAL DE LAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS. 2008**

|            | Gasto total de CCAA (millones €) | % del Gasto liquidado en cultura en el conjunto de CCAA | En % del Gasto público total (liquidado en Cultura) | En % PIB | Valores medios por habitante € |
|------------|----------------------------------|---------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|----------|--------------------------------|
| CCAA total | 2.128,971                        | 100                                                     | 1,21                                                | 0,20     | 45                             |
| País Vasco | 112,219                          | 5,3                                                     | 1,21                                                | 0,16     | 51                             |

Fuente: Ministerio 2010. Población Padrón Municipal 2010.

<sup>10</sup> El Ministerio incluye cultura y, en los casos de comunidades con lengua diferenciada, política lingüística. En ningún caso se incluyen los medios de comunicación.

<sup>11</sup> También hay algún problema con las cifras, puesto que en el 2008 el Ministerio le atribuía al gasto público de la CAE, 112 millones € cuando los datos del propio Gobierno Vasco para 2009 (año de descenso del gasto cultural) era de 198 millones, excluyendo deportes y medios de comunicación, pero incluyendo toda la política lingüística no reglada, de enseñanza en euskera de adultos (Habe), de funcionarios y profesorado. Además hay ayudas para la promoción del uso del euskera en las empresas (programa LANHITZ). Si esto fuera así el gasto cultural por habitante en Euskadi se elevaría significativamente. Alguno de los dos organismos habrá de revisar sus cifras.

**Cuadro nº 3. PRESUPUESTOS DEL DEPARTAMENTO DE CULTURA GOBIERNO VASCO. 2010.** (en millones de euros y %)

|                                        | Presupuestos 2010 | %            |
|----------------------------------------|-------------------|--------------|
| <b>CULTURA</b>                         | <b>71,937</b>     | <b>20,25</b> |
| Estructura y apoyo                     | 7,376             |              |
| Promoción de la cultura                | 34,420            |              |
| Patrimonio histórico-artístico         | 30,141            |              |
| <b>MEDIOS DE COMUNICACIÓN</b>          | <b>150,180</b>    | <b>42,25</b> |
| <b>PROMOCION DEL EUSKERA</b>           | <b>118,330</b>    | <b>33,30</b> |
| Política lingüística                   | 54,191            |              |
| Normalización de la Administración     | 15,220            |              |
| Euskaldunización del sistema educativo | 48,918            |              |
| <b>DEPORTES</b>                        | <b>14,958</b>     | <b>04,20</b> |
| <b>TOTAL</b>                           | <b>355,406</b>    | <b>100</b>   |

Fuente: Gobierno Vasco.

Ello nos viene a decir que el Plan Vasco de Cultura (2004-2009) fue un gran proyecto del Gobierno Vasco... pero habida cuenta de las partidas fijas (EITB, política lingüística y sociedades públicas y partidas nominativas) estaba muy insuficientemente dotado. Dicho de otra manera, no se atravesó el Rubicón de la apuesta por la cultura haciendo más propagandístico que real el lema del I+D+i...+la K de Kultura.

### ***El gasto de las administraciones locales: ayuntamientos y diputaciones***

Realmente el gasto municipal es el más relevante del gasto público en todas las instituciones del Estado español. El porcentaje más pequeño del gasto público total en 2009 correspondía al Estado (15,1%), seguido de las comunidades autónomas (casi 30%), siendo los entes municipales, y en menor medida las diputaciones (entre ambas 54,94%), las que hacían el mayor gasto para el servicio ciudadano, claro que orientado a patrimonio, equipamientos y difusión, más que a creación y producción.

Cuadro nº 4. **GASTO PÚBLICO CULTURAL EN LA ADMINISTRACIÓN LOCAL. 2008**

|            | Gasto total local (millones euros) | Gasto por habitante (euros) | Aytos. millones (euros) | Gasto por Habit. (euros) | % horizontal | Diputaciones (millones euros) | % horizontal |
|------------|------------------------------------|-----------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------|-------------------------------|--------------|
| España     | 3.906,52                           | 85                          | 3.214,8                 | 70,5                     | 82,3         | 688,66                        | 17,1         |
| País Vasco | 398,25                             | 186                         | 289,23                  | 135                      | 72,6         | 106,71                        | 26,8         |

Fuente: Ministerio 2010. Población Padrón Municipal 2010.

De todos modos en el caso vasco (y canario), además del gasto cultural municipal hay que sumar el significativo gasto cultural de diputaciones (y cabildos). El resultado es que el gasto local de la CAE (gasto público municipal y de entes intermedios) más que duplicaría la media española por habitante (186 € contra 85 €) y supondría 10,27% del total español, más del doble en relación a su población (4,63%).

En este caso el gasto medio público autonómico y territorial por habitante sería en España de 60 euros, y en la CAE de 100 euros. O sea hay un esfuerzo público real<sup>12</sup>. El gasto público compensa en parte aquel relativo desinterés social, pero él mismo estaría aquejado de algún sesgo en las prioridades del gasto.

Repartido en conceptos, el gasto público vasco es algo superior a la media en libros y audiovisual, y muy por debajo a la media en artes. Llama la atención la aplicación de más fondos en gasto corriente que en inversión, lo que es un indicador de que se consideran suficientes sus equipamientos. Las apuestas son más en difusión de contenidos que en temas creativos o productivos.

Agrupando todos los conceptos —sin incluir por falta de datos el mecenazgo, especialmente intenso desde las Cajas de Ahorro— tendríamos el cuadro nº 5 de gasto cultural público y privado.

<sup>12</sup> Se sumarían bastantes puntos más si se incluyera como gasto público cultural, por un lado, los gastos en política lingüística (en la parte de sobrecoste que supone en el sistema educativo reglado —puesto que el no reglado ya está contemplado) y el gasto público en sistema de RTV pública, en el que el País Vasco hace una fuerte apuesta puesto que el sistema solo es financiable mediante publicidad en un 25%. Cuando en 2009 la media española de coste neto por hogar de la TV pública autonómica de 110 euros en el caso vasco llegaba a los 200 € por hogar. (Jiménez Guerrero, 2010).

**Cuadro nº 5. GASTO PÚBLICO TOTAL Y GASTO DOMÉSTICO EN ESPAÑA Y CAE. 2008**

|                                                      | ESPAÑA    | CAE       |
|------------------------------------------------------|-----------|-----------|
| Gobierno de España (millones euros)                  | 1.075,00  | 1, 3*     |
| CCAA mill. euros                                     | 2.129,00  | 112,219   |
| Gasto de diputaciones y cabildos (millones euros)    | 688,66    | 106,710   |
| Administración municipal (millones euros)            | 3.214,80  | 289,230   |
| GASTO PÚBLICO TOTAL (millones euros)                 | 7.107,46  | 509,459   |
| Gasto público por habitante. (euros)                 | 151       | 233       |
| GASTO DOMÉSTICO (millones euros)                     | 16.694,6  | 833,6     |
| Gasto social por habitante. (euros)                  | 355       | 383       |
| TOTAL (millones euros)                               | 23.802,06 | 1.341,759 |
| % horizontal                                         | 100       | 5,63%     |
| Gasto total privado y público por habitante. (euros) | 506       | 616       |

Fuente: Elaboración propia con fuentes del Ministerio de Cultura 2010 y Población INE a 1-1-2010.

\* Entre 2004 y 2010 el Ministerio invirtió 9 millones en el Museo San Telmo, recién reinaugurado. En 2001 la asignación al País Vasco ha sido de 0,198. En el cuadro se ha puesto una cifra media que dé cuenta de años pasados, puesto que el Ministerio no invierte casi nada en el País Vasco, salvo en el Museo San Telmo y, con posterioridad, en el Museo Balenciaga, de los que es *partenaire* excepcionalmente.

### ***El gasto público cultural desde el Observatorio Vasco de Cultura***

La estadística más exacta sobre el importante gasto público cultural es la que aporta el Kulturaren Euskal Behatokia –Observatorio Vasco de la Cultura (KEB-OVC) en su informe de julio 2011 «Financiación y Gasto Público en Cultura» referido a datos del 2008.

El gasto público cultural total gestiona un fondo de 639,37 millones de euros, que sería de 510,155 si tenemos en cuenta solo el gasto público consolidado (eliminadas las transferencias mutuas entre instituciones), cifra similar a la que manejaba el Ministerio de Cultura, también para 2008. Esto supone una ratio de 234,8 euros por habitante, cifra parecida a Suecia (235,9) y muy superior a la media española de 157 euros en ese año, según KEB-OVC. Además, si se tuvieran en cuenta las ayudas a medios de comunicación —a EITB sobre todo— alcanzaría los 606,60 millones de euros.

La distribución entre instituciones —sin EITB y sin computar los presupuestos de los organismos autónomos— del gasto público cultural sería: 57,43 millones de euros por parte del Gobierno Vasco (solo el 0,6 % del presupuesto del go-

bierno en 2008), 104,67 millones de las diputaciones (3,6% de sus presupuestos totales) y 301,425 millones de los ayuntamientos (9,3% de los presupuestos municipales totales).

Sumando todas las partidas culturales públicas llegarían a 463,535 millones en relación al conjunto de presupuestos públicos que era de 15.744, 6 millones en total en 2008. Es decir que el gasto público cultural total era del 3%, y llegaba al 3,9% si se incluye EITB. Hay que advertir que la cifra más baja del total del gasto público cultural es la del Gobierno Vasco con un 12,3%, seguido de las diputaciones con un 22,6%. Los ayuntamientos suponen un 65%. En los ayuntamientos se han incluido las partidas de cultura gestionadas por distintos departamentos y que suponen hasta un 13,4% de los presupuestos culturales.

Mientras el Gobierno Vasco, y en menor medida las diputaciones, son financiadoras del gasto, transfiriendo fondos a otros para que ejecuten acciones, los ayuntamientos (y organismos autónomos) tienen una función de ejecución directa del gasto. En todas ellas los gastos corrientes superan el 60% (en los ayuntamientos el 76%), y la inversión y las transferencias de capital van desde el 23 al 35% según la institución.

El número de empleados públicos vinculados a cultura por el capítulo 1 es de 2.710 (Gobierno vasco, 66; diputaciones 275, ayuntamientos, 1.080 y organismos autónomos 1.289). Si se añaden los empleos generados desde los capítulos 2 y 4, alcanzaría hasta los 3.563 empleos.

Teniendo en cuenta el conjunto de las administraciones públicas se advierte que, por subsistemas, se priorizaron artes e industrias culturales (51%), seguidas de bienes y servicios patrimoniales (35,3%), fiestas y cultura popular (8,4%) y gastos y servicios generales (6%).

Por instituciones hay un equilibrio del gasto en el Gobierno entre patrimonio (52,3%) y artes e industrias (45,7%). Las diputaciones se especializan en patrimonio (67,3%) y, a distancia, en artes e industrias (29,7%). Y, por su parte, los ayuntamientos dan prioridad a artes e industrias (difusión) con un 54,2% y al patrimonio, con 20,2%. Igualmente los organismos autónomos y sociedades públicas se centran en artes e industrias y, en mucha menor medida, en patrimonio.

Por áreas la estructura reflejada en el cuadro nº 6 es llamativa. Se advierte la preferencia neta por la música (18,8%) en el total, con 95,809 millones; los museos (17,9%) con 91,37 millones; y la acción cultural con 69,657 millones (13,7%) si bien concentrada en ayuntamientos, diputaciones y organismos autónomos. Le siguen patrimonio (8,6%) y teatro y danza (8,4%). Entre las 5 suponen el 67,4% del total del gasto consolidado (510,155 millones euros).

**Cuadro nº 6. ÁREAS PREFERENTES DE INTERVENCIÓN PÚBLICA DE LAS INSTITUCIONES VASCAS**

|                                            | Actividad 1 en % horizontal                              | Actividad 2 en % horizontal             | Actividad 3 en % horizontal                 | Actividad 4 en % horizontal | Actividad 5 en % horizontal |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-----------------------------------------|---------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|
| Gobierno Vasco                             | Museos 36                                                | Música 20,1                             | Patrimonio 11,8%                            | Audiovisual 11,7            | Archivos 5,1                |
| Diputaciones                               | Museos 31,2                                              | Patrimonio 22,6                         | Música 10,5                                 | Acción cultural 8,8         | Biblioteca 8,8              |
| Ayuntamientos                              | Acción cultural 23,8                                     | Música 16,6                             | Servicios generales (personal y otros, 13,3 | Fiestas 12,3                | Teatro y danza 8,2          |
| Pueblos < 5.000 hab.                       | Acción cultural 30,8                                     | Fiestas 24,4                            | Patrimonio 13                               | Biblioteca 8,3              | –                           |
| Capitales                                  | Música 20                                                | Servicios generales 20                  | Teatro y danza 13,5                         | Acción cultural 13,1        | Museos 9,3                  |
| Organismos autónomos y Sociedades publicas | Música (18 instituciones, entre ellas OSE y escuelas) 34 | Museos (Gugg., BB.AA., Artium ...) 26,1 | Teatro (Arriaga..) 10,6                     | Cine (Filmoteca,,) 10,1     | Acción cultural 6,1         |

Fuente: Kulturaren Euskal Behatokia –Observatorio Vasco de la Cultura (KEB-OVC).

Por capítulos, son muy distintas unas instituciones de otras. Pero, en el conjunto del gasto consolidado, el más relevante es el capítulo 2 (bienes y servicios) con 197,9 millones (38,8%), seguido del gasto de personal (129,7 y 25,4%), las inversiones reales con el 19,7%, las transferencias corrientes (capítulo 4) con 10,6% y las transferencias de capital (3,8%).

### 3.3. La dimensión económica de la cultura vasca

La cultura tiene grandes espacios de no mercado pero es también un *input* productivo y un importante mercado en la era de la información, del conocimiento y de la cultura.

«Un país como el nuestro, con sus potencialidades y sus necesidades, no debería tener dudas en apostar fuertemente por especializarse en la generación de la cultura, por razones tanto culturales e identitarias como de desarrollo económico y social» (Plan Vasco de Cultura 2004).

Sería deseable un significativo sector de cultura y comunicación que se inserte en un mundo de valores añadidos inmateriales crecientes. Es lo propio en la era tecnocultural, en la que la cultura es un vector económico estratégico de primera importancia y no un mero receptor de subvenciones. La cultura pasaría a ser un sector estratégico y prioritario desde todos los ángulos: el propiamente cultural (contribución a la diversidad desde una cultura minoritaria), tecnológico (dotar de contenidos propios para las redes y para las importantes infraestructuras internas), económico (dentro de la economía inmaterial y del conocimiento), institucional (hacia la centralidad política) y social (la cultura como el *training* colectivo para la adaptación a los cambios).

Se trata de especializarse en crear, producir y reinterpretar la cultura, en la idea de una simultánea construcción de la propia cultura y de su sostén económico. Para ello es esencial atender a las cadenas de valor de los distintos subsectores de la cultura. Incluso los sectores tradicionales ven modificado su estatus por el nuevo lugar social de la cultura. Así, ha quedado obsoleta la tradicional consideración del patrimonio como pura conservación; hoy el patrimonio es visto como generador de nuevas representaciones y significados en nuestra percepción. Los éxitos de los museos vascos nos hablan de una segunda juventud de estos equipamientos con su apuesta por la flexibilidad expositiva y la comunicación cultural viva y directa.

Pero una cosa es el deseo y otra la realidad de la economía vasca de la cultura. El KEB-OVC dio a conocer las principales conclusiones extraídas de la estadística de artes e industrias culturales, con datos de referencia del año 2007.

El estado de las «Industrias Culturales y las Artes» en la CAE, así como el informe anual «Kultura 08-09» y otros informes y monografías del KEB-OVC, indican que por fin contamos con estadística cultural oficial para empezar a hacer un seguimiento fiable de los cambios generales, sectoriales y transversales de la cultura vasca. Esa información es una herramienta para proyectar futuros. Aquí solo seleccionaremos las informaciones necesarias para este informe y que dibujan un cuadro contradictorio.

Un balance general, arrojaría el siguiente panorama:

- a) Se cuenta con un buen número de bibliotecas, 272, con 12.411 puestos de lectura en el 2007, con 665 empleados, 4.021.258 volúmenes y 20.668 publicaciones periódicas.
- b) En el 2008, había 58 museos, de los que el 57% eran públicos. La proporción era de 2,69 museos /100.000 habitantes, con 841.201 fondos que generan 2.325.800 visitas (62% en Bizkaia, 29% en Gipuzkoa y 9% en Araba). Los más visitados son los de Arte Contemporáneo, Generales, Bellas Artes y Ciencia y Tecnología. Sorprende saber que económicamente, las entradas cubren el 82,9% de sus gastos de explotación, aunque en infraestructura e inversión es especialmente necesaria la acción pública. El país se ha especializado en museos.

c) En 2007 el sector de la producción de las artes escénicas lo componían 68 compañías (50 de teatro y 18 de danza) —buena parte de ellas con cierta tradición— que realizaban unas 5.000 representaciones anuales. La mitad de ellas se daban dentro de la CAE pero el 40% se ofrecía en el resto del Estado y el 6,6% en extranjero. Dada la estacionalidad y la intermitencia, solo se estabilizaban 183 puestos equivalentes a jornada completa cada año. El sector está liderado por 5 compañías que logran un tercio de la facturación del sector.

Contrariamente a lo que se cree el peso de la subvención pública directa es reducido en la facturación al sector (14,6% de los ingresos de las compañías) aunque es superior (33,7%) en el caso de la minoritaria danza. La facturación conjunta anual, e incluidas subvenciones, es cada año de 12,80 millones de euros.

d) La programación escénica atrajo en 2007 a más de 650.000 espectadores desde 1.045 espectáculos en itinerancia y un total de 3.318 representaciones (una media de tres representaciones por obra y concentrada en dos o tres días en un mismo lugar). Son cifras importantes que nos hablan de la madurez del sector que, además, ha permitido sostener la interpretación en la digna ficción cinematográfica iniciada en los años 60/70 y la programación creativa televisiva desde mediados de los años 80 (la ley de creación de EITB es de 1982). Esto justifica la apuesta por una Escuela Superior de Artes Escénicas como Eszenika.

Las salas mayores acaparan al 45,5% de los espectadores. Los programadores de artes escénicas generan más de 230 puestos de trabajo directos. El euskera es predominante en el teatro infantil (80% de las representaciones), mientras que en el teatro para adultos disminuye hasta el 18,4% de las representaciones.

El apoyo público es muy significativo en la programación-difusión puesto que las Administraciones invierten un total de 40 euros por espectador de media para salas y festivales, lo que significa un 37% de apoyo en los ingresos de las salas y un 47% en el caso de los festivales.

e) En cuando a centros de producción y exhibición de artes visuales hay una larga tradición. Hay 821 salas públicas y privadas de exposición, 32 galerías y 8 centros de producción, totalizando 122 agentes con 1450 trabajadores equivalentes a jornada completa. El Guggenheim ha creado en el entorno de Bilbao cierta efervescencia.

En 2007 hubo 946 exposiciones que en un 77,3% fueron para artistas vascos, aspecto éste que funciona de promoción. Facturaban 11,83 millones de euros.

Las subvenciones son muy mayoritarias por razones obvias en centros de producción tipo Arteleku o BilboArte (74%) y salas públicas, mientras que es escasa en salas privadas (12,6%) y en galerías de arte (5,5%).

f) Las productoras audiovisuales son, en su mayoría, pequeñas y medianas empresas productoras, siendo las de mayor dimensión las que producen para TV (11 de las 16 existentes supera el millón de euros de facturación anual). En 2007 las productoras vascas realizaron 875 producciones —el 40% para la televisión— generando 916 puestos de trabajo directos.

Se estima en Eiken que el número de empleos del sector (incluido EITB) es de 1.993 personas, con una facturación de 107 millones de euros, aunque con una exportación limitada (2%), una asignatura pendiente.

La industria audiovisual es casi autónoma respecto al sector público, aunque el cine y el documental cuentan con un apoyo especial. Por su parte las producciones en euskera dependen en un 40% de la financiación de la TV, de EITB en especial.

g) Las 217 salas vascas de cine (46.000 butacas) realizaron 190.000 proyecciones en 2010 de los que solo el 3% —unos 5.800 pases— fue en euskera. Ya en 2007 un 27,4% de los cines (10% de las salas) disponía de la tecnología 3D. En la actualidad se ofrece en casi todos los complejos de salas. Desgraciadamente, siguen desmantelándose las salas de ciudad.

h) En cuanto a empresas editoriales, en 2008 había 110 empresas, que empleaban a 570 personas. En el mercado vasco se facturaban 183,46 millones de euros de los que el 74% del mercado de la CAE lo absorbían las editoriales de fuera de la CAE. Pero, a su vez, las editoriales vascas captaban 31,44 millones de euros en el mercado español o latinoamericano en castellano. La facturación de las empresas vascas era así de 79,26 millones de los que el 48,4% viene de la edición en euskera, una especialización real.

Cada empresa tenía una media de 5,2 empleados, En euskera se editan 1.563 títulos al año y 3,59 millones de ejemplares. Los lectores habituales son el 52,7% de la población, y los ocasionales el 29%.

i) Hay 24 empresas discográficas (13 en Gipuzkoa, 11 en Bizkaia y ninguna en Araba) que en 2007 facturaron 4,69 millones de euros y apenas ingresan subvenciones (2,9% de la facturación). Editaron 138 referencias con 236.948 copias de las que se vendieron el 55%.

j) En cuanto a los medios de comunicación en 2009, la audiencia de medios era muy importante: Prensa 964.000 lectores, Radio 1.111.000 oyentes y TV 1.591.000 televidentes. Las empresas vascas configuran un sector significativo que es mayoritario en consumo de prensa (grupo Correo), mantiene una fuerte presencia en radio (sobre todo radio pública) y es muy descendente en TV, ya que ETB solo supone en 2011 el 10% de la audiencia, a la que habría que sumar menos del 2% para la TV local en su conjunto.

Según Eustat en 2010, el 50,2% de la población leía prensa. La cifra más alta del Estado. Los líderes eran El Correo 24,1% con 475.000 lectores y una difusión de 106.684 ejemplares de media diaria anual; Diario Vasco 14,2%, con 265.000 lectores y una difusión de 74.146; Deia 4,4% con 91.000 lectores; Gara 4,1%; Berria 2,7%, Noticias de Gipuzkoa 1,6%, Noticias de Álava 1,6%, El País 2,4%, el Mundo 1,6%, Marca 4,8%, Mundo Deportivo 2,9% y otros, 2,6%.

La prensa es un sector singularísimo. El Correo en 2009, tenía 193 empleados fijos y una facturación de 64,33 millones de euros; el Diario Vasco 112 empleados y una facturación de 44,1 millones de euros; Deia, 132 empleados y 14,62 millones de facturación; Baigorri Argitaletxea, que edita Gara, 77 empleados y 8,84 millones de euros de facturación; Euskal Editorea, que edita Berria, 102 empleados y 6,35 millones de euros de facturación; Urgull 2004, que edita Noticias de Gipuzkoa, 3,82 millones de euros. O sea unos 600 empleados directos —de los que la mitad pertenecen al grupo Vocento— y un importe total de facturación 142 millones de euros — $\frac{3}{4}$  partes de la facturación total era de Vocento—.

La radio tenía 59,3% de oyentes, siendo líder Ser convencional con 12% de la audiencia, seguida de Radio Euskadi 10,5%, 40 principales 8,3%, Euskadi Gaztea 6,6%, Euskadi Irratia 4,5%, Radio Nervi3n-Gorbea 4,4%, RNE 4,1%, Cadenat-100 4%, Onda Cero 3,7%, Onda Vasca 3,5 %, Kiss 2,5%, Punto Radio 3,5%, Cope 1,6%, Herri Irratia 1%.

En cuanto a la televisi3n (seg3n Kantar Media, Noticias de la comunicaci3n, n3 313, Mayo 2011) las audiencias eran: Tele 5 18,4%; TVE1 15,2%, A-3 9,2%, ETB 2 8,5%, La Sexta 7,4%, Cuatro 7,3%, ETB-1 1,9% y otras (temáticas y de pago) 29,1% en conjunto aunque muy fraccionado. Es decir los medios propios alcanzan solo el 10-11%, cuando hace dos años —antes de la digitalizaci3n y del cambio de responsables— llegaban al 20%.

k) Recopilando todos los datos, sobre un total de 179.973 empresas de la CAE, las empresas del ámbito cultural se estimaban en 6.367, un 3,5% del total de la CAE. Cifra que no es para menospreciar. De ellas el 78,3% tenía 1-2 empleos, porcentaje cercano a la media general vasca (74,8%).

Comparativamente con el Estado espa3ol supone el 5,1% del total de las 70.109 empresas culturales del Estado espa3ol, cinco décimas por encima de lo que significa poblacionalmente. La CAE ocupa el 53 lugar en número de empresas después de Madrid, Catalu3a, Andaluc3a y C. Valenciana. Una posici3n intermedia.

En cuanto a empleo en la CAE la cultura se traduce en 19.340 empleos que significan solo el 1,9% de los 995.375 empleos generales. Estaban repartidos entre los 7.772 del ámbito de las artes gráficas, fabricaci3n y fotograf3a, los 4.844 del comercio cultural y los 6.724 de los servicios culturales.

Comparando con los 562.000 empleos del ámbito cultural en España el porcentaje del empleo cultural de la CAE respecto al total era de 4,5%, algo menos que su población. Hay una centralización. Ocupa así el 6º lugar en número de empleos (después de Madrid, Cataluña, Andalucía, C. Valenciana y Galicia) pero el 4º lugar (tras Madrid, Cataluña y Andalucía) respecto al porcentaje de empleos culturales dentro del total en cada comunidad.

Analizando por territorios, Gipuzkoa representa en sector editorial, escénico, fonográfico y audiovisual un porcentaje bastante superior del que le correspondería por población en la CAE, lo que indica una cierta especialización del territorio, con acento en la producción en euskera. Y ello a pesar del vitalismo cultural del Gran Bilbao.

Con una visión más cualitativa se advierte la fragmentación productiva con alto predominio de micropymes y unas pocas empresas de envergadura. Entre estas destacan las vinculadas a Vocento, especialmente Correo y Diario Vasco, una empresa pública como EITB, o la operadora territorial semipública de TLC, Euskaltel, o empresas de edición y distribución como Elkar o audiovisual como K 2000. Prácticamente, ninguna multinacional de comunicación de la cultura tiene sede en la CAE y, en cambio, algunas empresas vascas han ido pasando bajo el control de empresas fuertes de fuera de la Comunidad (Ediciones Deusto a Planeta, ITESA a Vértice 360º, la citada K 2000 a la catalana Media Pro...).

#### 4. UN MODELO TAMBIÉN ECONÓMICO PARA LA CULTURA VASCA

Se constata que no hay apoyos públicos significativos a industrias culturales y creativas mientras que el patrimonio, los equipamientos y la programación —difusión absorben los mayores esfuerzos. Un concepto muy clásico de cultura —propio del modelo paternalista de «democratización cultural» de los años 70/80 en Europa— que no le prepara a la cultura vasca para afrontar la era digital.

La foto económico-cultural es aún de la era de la cultura patrimonial e industrial y que no se corresponde con el salto que ya ha ocurrido en el tejido industrial *clusterizado* vasco. La economía vasca de la cultura está todavía muy alejada del modelo neoschumpeteriano de apuestas por la oferta y la innovación y, sin embargo, el margen para el crecimiento y en especial desde el *mix* con las TICs de la era digital es enorme. Pero para ello hay que hacer la apuesta y nuestras élites, sean del color ideológico que sean, no lo han hecho y ni hay trazas de consciencia sobre el tema.

Posiblemente la ola de política industrial de *clusters* de la economía vasca (basada en el modelo de competitividad regional de Michel Porter fundamentado en las relaciones de los distintos agentes y medio, la proximidad, la confianza, los valores

compartidos y territorio) ya ha dado mucho de lo que tenía que dar de sí tras la crisis estructural entre 1980-1993<sup>13</sup>.

De todos modos, aunque la tendencia sea otra no deben ser desaprovechadas más interacciones, más cooperación, más redes, más especialización, más apuesta por el I+D+i, más inserción en el tejido territorial, más cruces horizontales sinérgicos...y, quizás, menos tecnoestructura, y más definición de campos reales, más redes de investigadores, creadores, tecnólogos, ingenieros, economistas, agentes sociales...y más proyectos debidamente diseñados, desarrollados y contrastados.

Cambian las formas de productividad al combinarse, sobre el trabajo, la energía y los sistemas productivos con sus consiguientes aparatajes, el conocimiento, las redes de información y la subjetividad, teniendo en cuenta que el reconocimiento del valor requiere el aprecio y dictamen de la demanda, una *tirana* hoy que, de todos modos, acaparan pocos oferentes.

También se da la oportunidad para combinar el clásico modelo DUI (*doing, using and interacting*), de innovación práctica y basada en el trabajo industrial, la experiencia, el acierto y error y el aprendizaje, tan propio del caso vasco, con el más convencional, basado en el conocimiento científico y aplicativo STI (*science, technology and innovation*) (Orkestra, 2008; Asheim, 2009; Alberdi, 2010; Zallo, 2010).

La propia OCDE recomienda arreglos en esa estrategia cuando dice que el País Vasco es un país innovador medio alto (capital humano formado, una reconocida capacidad industrial, una economía interconectada en *clusters*, con conciencia de la importancia del I+D, con innovaciones tecnológicas internas) pero una limitada presencia en innovación externa, con pocas pymes que inviertan en I+D+i, con universidades poco conectadas, con déficits en investigación científica, así como en investigaciones no tecnológicas y en creatividad.

Posiblemente se requiera una estrategia económica renovada de la innovación. Pero también más allá, pensando desde una conceptualización del país que se quiere y del modelo de sociedad que se propugna y, todo ello, desde una gobernanza democrática participada<sup>14</sup>. La dimensión del país lo hace posible.

<sup>13</sup> En ese periodo de crisis, según Alberdi (2010), se dio una alta rentabilidad bruta de capital productivo, una creciente productividad sobre salario, una creciente población activa y una alta mecanización que disparó el excedente muy por encima de los salarios. Se formó así un cambio estructural de modelo productivo con continuidad en la base industrial, con crecimiento en base a beneficios y no en base a salarios compensados con la demanda externa de alta exportación, y con crecimientos significativos del PIB per cápita en las décadas posteriores, con repunte de la productividad en los años 2000, a diferencia de España. Y ello a pesar de que la inversión extranjera se concentraba en Madrid (60%) y Cataluña (16%) y la de la CAE solo llegaba al 2,84% del total entre 1993-2009.

<sup>14</sup> Wagner y Dietachmair (2009) insisten en este último aspecto.

De hecho los sistemas regionales de innovación dan pie a pensar la innovación desde el desarrollo territorial, y a entender éste, no ya como parte de la geoesfera, sino como un espacio de procesos múltiples, entre ellos el cultural, y como un vector de la ciberesfera.

Respecto a la conceptualización del país, de la sociedad y de la gobernanza que se quieren —rescatando algunas ideas de un cuadro de Alberdi y Zallo elaborado en 2008 para el i-talde de conceptualización de Innobasque— cabe pensar: en un país con una gestión sostenible de los recursos y del territorio; un país con identidad, reconocible y en evolución; en una sociedad avanzada, equitativa, integradora, de igualdad de géneros, pacificada, cívica y conectada, en permanente aprendizaje, con capacidad crítica, abierta e innovadora, siendo el conocimiento integral su principal recurso; con una economía de alta productividad y redistribuidora, basada en las personas, su conocimiento y la colaboración en el marco de la globalización; en un funcionamiento institucional eficiente y de servicios de calidad, que lidera o, al menos, anima a cambios de forma participativa y democrática activando energías sociales y creativas.

Más que un *desideratum* es una perspectiva conductora que apunta a una visión holística, funcional e integral de la innovación, que cabría entender como un «contrato colectivo desde una comunidad inteligente y abierta para una vida digna y participativa en un pequeño gran país»<sup>15</sup>.

## 5. CIUDADES: DONOSTIA 2016.... COMO PUNTO DE INFLEXIÓN

En cultura cabe distinguir entre la parte patrimonial y de equipamientos y la parte de artes e industria cultural. La parte patrimonial, en las ciudades sobre todo, ha conocido un importante desarrollo con cargo al erario público con una apuesta por la monumentalidad, la arquitectura de firma, la preeminencia de los equipamientos sobre los servicios que pueden ofrecer, y de la difusión sobre la producción, y con la tentación de seguir repitiendo el modelo hasta la saciedad. En cambio, la parte de artes e industria cultural y mediática, continúa con un desarrollo espontáneo, acotado, limitado y pendiente de una estrategia general vinculada a la calidad, a la digitalización en curso y a las prácticas sociales.

La estrategia cultural de las ciudades vascas a lo largo de las décadas de los 90 y 2000 ha sido fundamentalmente de equipamientos. Una estrategia cómoda para las autoridades porque ahorra tener que pensar en una estrategia cultural integral y, mediante la edificación, el resultado es visible hasta para la posteridad. Donostia con su Kursaal y proyecto Tabakalera; Bilbao con su Guggenheim, Euskalduna y Alhóndiga a medio ocupar; Vitoria-Gasteiz que, además del Artium, ha emprendido la construcción de un auditorio, que la nueva administración municipal ha detenido,

<sup>15</sup> Documento de Zallo para el i- talde de conceptualización de Innobasque de fecha 14-11-2008.

al igual que KREA. A ello hay que añadir algunos actos y festivales exitosos en torno al cine, al jazz o al rock.

Obviamente también se hacen otras cosas —*cluster* audiovisual, Eszenika, Polo de Innovación Audiovisual de Zuatzu,...— pero ha quedado en penumbra frente al discurso político y mediático del gran equipamiento.

Equipamientos todos ellos necesarios, que dada la falta de una visión general y nuevas iniciativas, han cumplido el papel de sustituir a un proyecto estratégico cultural de ciudad y territorio. Bilbao/Bizkaia, por ejemplo, pareciera haberse dormido tanto en los laureles de la autocomplacencia que no ha pensado en términos de futuro, y cuando ha empezado a hacerlo, solo se le ocurría la repetición: otro Guggenheim. Posiblemente lo que falte es reflexión sobre el tiempo actual, y eso que los sucesivos planes de cultura del Gobierno Vasco y los informes del Observatorio daban pistas sobre ello.

### 5.1. Donostia 2016

Curiosamente la victoria de Donostia como Ciudad Cultural Europea de 2016, brinda la ocasión para mover completamente el tablero, un tablero que, en verdad, no se hubiera movido y que incluso se hubiera estancado durante años bajo los efectos de la depresión que sigue al desencanto que se hubiera producido en caso de no haber obtenido el ansiado título. Fue una apuesta muy arriesgada pero ha salido bien, y va a situar a Donostia en la centralidad cultural vasca y española de ahora hasta el 2016, y en la centralidad europea en ese año.

En la racionalidad de la gestión humana de éxito caben fundamentalmente dos vías. Por un lado, la planificación consciente, la anticipación, que para su legitimidad requiere de participación y de consensos amplios y que es una vía segura, como en los planes urbanísticos o un plan de cultura. Por otro lado, cabe la acción contundente, arriesgada, de apuesta hecha por una élite que, en caso de acierto, cambia el marco y da lugar a una estela de honor para ella (Guggenheim, la Donostia 2016), pero en caso de fracaso o desproporción (Ciudad de la Cultura de Galicia o Ciudad de las Artes y de las Ciencias de Valencia), habitualmente y mediante la táctica de la *tinta de calamar* no suele destapar responsabilidades sobre los costes incurridos. Un modo de ejercicio de la política poco acorde con las reclamaciones de saneamiento democrático y de mayorías responsables.

Parece preferible la primera vía —más democrática y segura— pero en caso de haberse producido la segunda, conviene introducir factores planificadores posteriores para darles todo el rendimiento. No sería sensato obstaculizar futuros a un hecho imprevisto positivo como tampoco dormirse en la autocomplacencia del jugador afortunado.

Donostia tras ganar el concurso de la capitalidad europea 2016, tiene la oportunidad de que el poso que quede tras esos 8 años en Gipuzkoa no sea solo el de la memoria festiva sino sobre todo en dos planos.

Un primer plano, cultural y social, incluido el clima político. Se trata del eje de desarrollo cultural cualitativo, de pequeñas infraestructuras nuevas, de convivencia mucha convivencia aprendida, de creadores más capaces, de nuevos creadores, de entornos colaborativos, de saber hacer, de imagen, de capital humano...

Un segundo plano, económico, que se traduciría en relaciones, alianzas de distinto grado hacia dentro y fuera, empresas nuevas, capital inmaterial, nuevo tejido económico, capacidad de absorción de conocimiento.... y que serían una nueva base, más alta, para nuevas trayectorias.

Por ejemplo, el balance de Stavanger (Noruega) como Capital Cultural Europea 2008 se centró en el plano económico. Se trata de una ciudad parecida en tamaño a Donostia pero que de pobre pasó a rica con el petróleo, y que ha aprovechado el evento de la capitalidad para diversificar su economía en el ámbito cultural y creativo y para no ser tan vulnerable ante la esperada decadencia de la industria del petróleo. Realizado el balance por N. A. Bergsgard *et al.* (2010) contiene un método interesante para valorar resultados y, también, para saber qué variables son de interés desde ahora para planificar proyectos.

Por el tipo de proyecto ganador, Donostia 2016 tendrá más temas a valorar que en Stavanger, ya que mezcla lo micro y macro en lugar de centrarse en el megaevento y espera generar rendimientos sociales en convivencia. Incluso hay una lectura política, puesto que es una oportunidad que tienen las nuevas autoridades guipuzcoanas para mostrarse en sociedad con capacidad integradora de gestión.

El programa Donostia 2016 está estructurado en cuatro grandes ejes temáticos que recogen por ahora hasta 62 actividades a realizar y vinculadas entre ellas: el 'faro de la paz', el 'faro de la vida', el 'faro de las voces' y el 'faro del mar y de la tierra'. Las actividades surgen de métodos de trabajo orientadas a cambiar la realidad sociocultural e impulsar la creatividad: laboratorios de energía ciudadana pensados para la participación y la autogestión personal y colectiva; laboratorios transmedia para un máximo uso de las ventajas de las tecnologías en código abierto y conocimiento compartido; laboratorio de arte y creatividad; laboratorios de lenguas para potenciar el uso del euskera; y laboratorios de parques culturales de encuentro entre la naturaleza y sociedad, y especialmente con la eurociudad transfronteriza.

Para la comunicación se utilizarán los viajes (un tren y un barco), un modo de comunicación para aprender a gestionar lo cotidiano (el circo) y el éter o sea la oficina móvil atenta a temáticas y un punto de conexión social.

El premio se ha otorgado al proyecto por su magnífica conceptualización, su implicación social y su modelo de programación con un calendario de 8 años. Abre un horizonte de oportunidad para poner la cultura en el centro de la política, con fuertes repercusiones en el ámbito social y económico no ya solo para Donostia, sino para toda Euskal Herria, incluidos Bilbao y Gasteiz.

Donostia ha ganado con legitimidad con un proyecto encajado, polivalente, original, con pilares profundos, transversalizado y tramado en actos, intenciones y calendarios y con una idea de cultura mucho más amplia que la elitista al uso, incluyendo su adaptación a las necesidades y demandas sociales y la utilización de la cultura para la convivencia en un país de violencias, y en un contexto —¡no lo olvidemos!— de camino sin retorno hacia la paz, al que además puede contribuir y mucho.

En los próximos años de desarrollo del proyecto se supone que se concretarán mucho más los objetivos evaluables, los medios de gestión, los presupuestos, la estructura, los encargos... Pero para darle más potencia a las acciones es mejor saber el terreno que se pisa. Para el concurso no era preciso explicitar un diagnóstico preciso y compartido de problemas y de recursos de Gipuzkoa, pero ahora sí procede poner a diagnosticar a muchos y distintos colectivos sociales entrecruzados, utilizando este periodo colectivo de reflexión obligada como una oportunidad multifactorial. Ello encaja como anillo al dedo con las «olas de energía ciudadana».

## 5.2. Oportunidades

¿Qué oportunidades abre este acontecimiento y su proceso en un calendario a 8 años: 2012-2020?

- a) Va a movilizar recursos institucionales tanto de Donostia como de Diputación —entre 2011-2015, al menos— y tienen también una obligación económica el Gobierno Vasco y el Gobierno de España, y en menor medida la Comisión Europea. Esto quiere decir que la cultura no va a ser un gasto sacrificable en esta época recesiva sino que estará en la centralidad del gasto público al menos en Gipuzkoa, lo que podría significar también su consideración como actividad prioritaria desde el punto de vista fiscal, atrayendo recursos sociales y empresariales. Esto significa que es también una oportunidad para normalizar relaciones institucionales.
- b) Es una oportunidad de capitalización cultural, en cinco sentidos:
  - capitalización micro porque está muy pensada para iniciativas participativas y para la capitalización colectiva en educación cívica, cultural y cibernética;
  - capitalización institucional porque después quedaría organización y experiencia en el reguero de acciones previstas;
  - capitalización relacional interna en dirección a la convivencia y que es uno de los «Faros» preferentes y que, de paso, servirá de aterrizaje para una izquierda abertzale normalizada;
  - capitalización relacional externa en dirección a Europa, para huir del ensimismamiento;

- capitalización tanto pública —microequipamientos— como privada al generar empleo y dar trabajo a centenares de empresas de la industria cultural y a miles de artistas, pudiendo dejar un tejido especializado que habrá de ampliar sus oportunidades fuera del territorio.
- c) El previsible crecimiento del turismo cultural, tendrá efecto en los servicios de hostelería y otros que se verán multiplicados.

Es ahí donde las instituciones deben tomar algunas cartas en el tema. La tendencia, en la ciudad más cara del Estado español, va a ser a que se encarezca aún más la vivienda, alimentación, objetos y servicios de todo el entorno, por una alta demanda y una limitada oferta, lo que se traduciría en un *agosto* de pocos y un descenso del nivel de vida de los más, consiguiendo, a posteriori, el repudio ciudadano para el D2016. Preverlo, para evitarlo, es una misión institucional de primer orden con pactos y compromisos institucionales y corporativos.

- d) Es una ocasión para reflexionar sobre los proyectos y realidades culturales. ¿Cómo contribuirán en la misma dirección instituciones como el Jazzaldia, Zinemaldia, Tabakalera o la escuela de Gastronomía? ¿Cómo hacer el aprovechamiento *on line* de toda la sucesión de eventos e internacionalizarlos. ¿Cómo lograr que la vida cultural sea permanente en lugar de estacional? ¿Y el modo relacional entre sector público, sector privado y tercer sector? También es la ocasión para habilitar los compromisos derivados de los planes de cultura para la CAE.
- e) Siendo el euskera uno de los ítems relevantes —en el Faro de las Voces— ¿qué sinergias se han de generar en las industrias de la lengua, en el euskera en Internet, en la traducción automática, en el uso del lenguaje cibernético, en el contagio de modernidad de la cultura euskaldun?
- f) La marca de Donostia- San Sebastián está vinculada, a turismo, marco incomparable de ciudad con playa, belleza, eventos, pintxos, y.... a conflictos ocasionales. Es la ocasión para vincularla a alta cultura, a cultura popular vasca, a turismo cultural, a I+D+i, a creación, a producción inmaterial...y a convivencia. Pero para hacer esto último no sirve de nada el *marketing* —saltaría a la primera ocasión— sino canalizar los problemas que están en la base.
- g) Donostia es mucho más que turismo y cultura. Están los parques tecnológicos, la industria, Zuatzu, centros tecnológicos, la conexión con la Estrategia 2020 Donostia-San Sebastián. Pero además están las comarcas con vida propia y una potente industria, el mundo cooperativo y entidades financieras. Una oportunidad para empujar todos en la misma dirección y para obtener sinergias para cada institución o evento.

### 5.3. Capitalidad cultural europea... también para Bilbao, Gasteiz, Iruñea y Baiona

Era Bilbao la que estaba predestinada en esta época, por su tamaño, sociedad compleja, viveros creativos y referencialidad internacional desde el éxito del Guggenheim (pocas ciudades medias están en el mapa cultural) a liderar la oportunidad para especializarse en I+D+i cultural y social. Pero inesperadamente el logro de la capitalidad cultural europea de Donostia para 2016 cambia el panorama, y coloca a Gipuzkoa en el disparadero de una especialización cultural, salvo que todos los territorios lo entiendan y hagan una apuesta general y sinérgica. Eso requiere liderazgo gubernamental y territorial.

Es evidente que los próximos años Donostia queda favorecida en la carrera por vincular territorio, ciudad y cultura respecto a Araba o Bizkaia. Siendo capital cultural europea no puede dejar de ser la capital cultural vasca al menos en estos años.

Pero ¿eso es malo para los otros territorios hermanos y limítrofes de Navarra, Bizkaia, Araba o Iparralde? Ni mucho menos, y sólo si así lo quieren. En realidad es al contrario. Cada territorio tiene sus recursos, su oportunidad para aprovechar sinergias en esa dirección, aprovechando los diagnósticos e iniciativas en los planes de cultura de la CAE o en sus propios territorios, sabiendo que Donostia 2016 no resta sino que da bastante más a todos que si no se hubiera producido su capitalidad.

Lo razonable es que ayuden a Donostia y se sitúen en algunas de las ondas del oleaje «de energía ciudadana». Una oportunidad para la convivencia entre ciudades y para entamar el espacio cultural que siempre ha sido Euskal Herria y una oportunidad para la Euskal Hiria. Pero, además, las otras ciudades y territorios deben aprovechar la centralidad de la cultura en estos años para pensarse a sí mismas y programar su propio desarrollo cultural, mediante las estrategias públicas concertadas para movilizar a todos los agentes y definir un diseño y unos compromisos.

Así, por ejemplo, Bizkaia y Bilbao pueden impulsar muchas iniciativas: poner en marcha Fábricas de creación<sup>16</sup> o propiciar centros culturales polivalentes y autogestionados<sup>17</sup> que espesan la trama social y la creación *amateur* y son compatibles con los centros cívicos convencionales; un plan de apoyo a la industria cultural; revisar los *curricula* en arte y cultura en los centros escolares; repensar Zorrozaurre como Parque Tecnológico y Social Urbano, siguiendo el modelo Distrito 22@; proponer convertir el Museo de Bellas Artes de Bilbao en Museo de Euskadi; diseñar el Museo

<sup>16</sup> Acerca del papel de las nuevas «fábricas» de producción cultural dentro de este contexto. Jesús Carrillo (2009) lanzaba la siguiente inquietante pregunta: «¿Son catalizadoras de la intrínseca potencia cultural autónoma de la colectividad o meras diseminadoras de un modelo social que se pretende constituir en hegemónico?».

<sup>17</sup> Un caso exitoso por sus actividades y dinámicas participativas ha sido el Gaztetxe de tercera generación Kukutza 3, muy integrado en la vida social de Errekalde (Bilbao) desde 1998, y hoy recientemente derribado, tras la recalificación municipal y ulterior compra privada.

de Historia y Sociedad Vasca cuya oportunidad no se supo ver cuando se remodelaba San Telmo de San Sebastián hace unos años; poner las bases para un Museo de la Industria y la tecnología; o reapropiarse del Guggenheim para una nueva etapa...

Todo ello también sería bueno para Donostia o Gasteiz. Iría en la dirección de que la CAE y Euskal Herria como un todo se especialicen en cultura y tomen la marea de la cultura digital.

## 6. ESPECIALIZARSE EN CULTURA Y COMUNICACIÓN

El debate de la innovación social y cultural quizás clarifique las prioridades culturales de las élites, demasiado empeñadas en repetir los modelos de los años 80 y 90. Toca hacer la apuesta por los contenidos y el capital humano y social, que son los que harán la diferencia en un concierto internacional cada vez más exigente en capital cultural, tecnológico e intelectual. Y más para un país pequeño de alta cualificación y cultura propia, el País Vasco.

No cabe estar satisfechos aunque se haya hecho un importante camino de política cultural. La primera etapa, en los primeros años 80, fue de atención a las demandas sociales en difusión y equipamientos de base tras el desierto franquista. La larga segunda etapa fue de normalización e institucionalización, y fue tan excesiva que convirtió a las propias Administraciones autonómica, territorial y local y a las instituciones culturales fiables, en las protagonistas de la cultura. Absorbían la inmensa mayoría de los presupuestos en perjuicio de creadores, productoras y cultura social viva. En la tercera etapa, en 2002, irrumpe la planificación participada pero no se da un salto presupuestario ni de estructura. Sigue sin cubrirse suficientemente a los creadores ni poniendo en el punto de mira la cultura viva o la cultura social como semillero de cultura libre y autogestionada.

El gasto público ha compensado en parte el limitado nivel de la cultura colectiva pero se evidencia que, aun siendo un país relativamente culto, aún no se ha hecho la apuesta de especializarse en el otro I+D+i: el arte, la cultura y la comunicación. Ello pasaría por una potenciación general del aprendizaje colectivo en todas las disciplinas culturales.

Señalando prioridades a nivel europeo, el Instituto Europeo de Innovación y Tecnología<sup>18</sup>, definió tres primeras comunidades de conocimiento e innovación CCI en castellano, (*Knowledge and Innovation Communities*, en inglés): el cambio climático, las energías sostenibles y todo lo relativo a la sociedad del conocimiento. En el marco de la Sociedad del conocimiento, la cultura y las comunicaciones pueden ser

<sup>18</sup> Los CCI reúnen universidades, centros de investigación y empresas en asociaciones integradas y son bancos de pruebas de la innovación para la creación de nuevas empresas y la innovación social. Press Releases. Referencia: IP/09/1950 Fecha: 16/12/2009. Consulta en: [europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?](http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?)

ámbito de referencia. Posteriormente el Instituto definió otras siete. Euskadi cuenta con tres comunidades de conocimiento consolidadas que pueden ser puente hacia ese Instituto en tres áreas: biociencias, nanociencias y *manufacturing*.

Desde el punto de vista del desarrollo, cada país debe ir señalando sus preferencias de especialización hacia el ámbito en el que tenga más oportunidades. Así las prioridades vascas parecen ser la biotecnología, las nanotecnologías, las energías alternativas y la electrónica para los sistemas de transporte, tal y como rezaba el Plan de Ciencia y Tecnología e Innovación 2007-2010 de la CAE. El PCTI 2010 no apunta unas preferencias tan marcadas y se propugna una etapa de extensión de la innovación por doquier y de parámetros cualitativos y metodológicos en la extensión de la innovación. Su idea es «permeabilizar todas las áreas que en una sociedad influyen en los resultados económicos», en una orientación que busca eficiencia y resultados, y en la que se trata de incrementar la productividad mediante la ciencia, la tecnología y la innovación.

Esa innovación debería alcanzar a la comunicación y la cultura. Una sociedad de alto desarrollo económico asumiría una grave hipoteca para su autogestión adaptada a los tiempos cada vez más exigentes en maleabilidad, reflexividad y resistencia-readaptación si, simultáneamente, no afronta un desarrollo cultural y comunicativo general. Además la apuesta económica y tecnológica por la cultura —generar tanto un sector propio como unas demandas culturales de calidad— ha de significar el respeto a la función social de la misma, una alianza interna en los Gobiernos de los distintos escalones de la CAE y una fijación de las prioridades desde los departamentos de cultura en diálogo con los sectores culturales y con los departamentos más relacionados con la economía.

Los recursos de partida para la especialización cultural vasca en la era del conocimiento serían: el sistema regional de TLC (Euskaltel), la abundante ingeniería, EITB, grupos de *media*, equipamientos y eventos culturales de intenso uso social y algunos de ellos de prestigio internacional, centros de estudios medios y superiores de artes, sociales e ingenierías, cierto nivel de creación, euskera, tejido empresarial cultural relativo y tradición emprendedora... Y la inevitabilidad de la apuesta por el desarrollo cultural en una cultura minoritaria.

Para no partir de especulaciones cabría recuperar, conciliar y cruzar las aportaciones nonatas del informe-plan «Orientaciones para el II Plan Vasco de Cultura: 2009-2012», que fue aprobado en febrero de 2009 por el Consejo Vasco de Cultura de la anterior legislatura (2006-2009), y algunos contenidos del aun no ratificado «Contrato Ciudadano por las Culturas» del gobierno socialista (2009-..).

Se asumían en ambos como criterios para la planificación:

- a) una *gobernanza* participativa en la toma de decisiones en claves de eficiencia y democratización desde su gestación y en su gestión;

- b) una exigencia social de Estado del bienestar, y que incluye el acceso a la cultura y la integración cultural, con el apoyo a la cultura de base;
- c) la estrategia de Goteborg sobre el desarrollo sostenible que equilibra recursos, capacidad productiva e intercambio, lo que encaja con proyectos de entornos inteligentes y sostenibles.
- d) los triples compromisos de la Agenda de Lisboa en la era digital cuyas tres metas, sostenibilidad, la economía del conocimiento y la sociedad de la información son el fundamento de la cohesión social;
- e) y, finalmente, la estrategia de la diversidad cultural de la UNESCO que parte del reconocimiento de las identidades.

El logro de un desarrollo cultural avanzado se haría desde cinco grandes criterios estructurantes, y que podrían seguirse mediante indicadores:

1. Eficiencia y gobernanza de la Administración, y haciéndolo de forma participativa.
2. Conocimiento, con singular peso del Observatorio vasco de la cultura (KEBOVC).
3. Accesibilidad, que pone el acento en la sociedad y su relación con la cultura en busca de la dinamización colectiva, integración y cohesión social.
4. Vitalidad cultural que pone el acento en la creación y la producción propia, en el fomento y en la innovación cultural.
5. Identidad y diversidad con sus doble perspectiva: hacia dentro, atendiendo a la identidad y a la lengua, y hacia fuera, atendiendo al intercambio-apertura.

Se podrían plantear como objetivos:

1. Hacer de la política cultural el centro político de país tanto en gobierno, diputaciones como ayuntamientos.
2. Extraer las consecuencias en términos de coordinación e iniciativas con el concepto de espacio cultural y lingüístico de Euskal Herria. Especialmente útil al respecto sería el Instituto Etxepare.
3. Gobernanza
  - Consolidar el entramado institucional de nuevo tipo (un Instituto Vasco de Cultura del que había borrador...) y readaptar la coordinación interinstitucional, hoy complicada con un mapa institucional de taifas ideológicos que no es seguro que estén a la altura de la diversidad, o sea del respeto y la cooperación.
  - Acuerdo sobre un mapa coherente de infraestructuras y equipamientos nacionales, así como de eventos, y que cristalice en un plan de equipamientos y acontecimientos válido para toda la CAE.

- Acuerdo de impulso sobre Donostia\_2016 y estímulo a estrategias territoriales desde un cuadro general compartido.
  - Ganar en profundidad espacial, de modo que no exprese solo una relación con los sectores de la cultura sino que llegue al último rincón local, sea en forma de productos y servicios culturales, sea como *saber hacer* de gestión cultural.
  - Aflorar y apoyar la cultura de base autogestionada.
4. Nuevos desarrollos sectoriales acordados y fiscalizados con las representaciones corporativas, así como nuevos desarrollos intersectoriales y transversales (educación...) bien entendido que las instituciones deben seguir velando por el interés general y que, por antonomasia, el titular último de la cultura es la sociedad como un todo.
  5. Garantizar que el conjunto de programas y del sistema de ayudas en todos los ámbitos de la cultura, den un tratamiento preferente al impulso de contenidos y servicios en euskera.
  6. Nuevas vías de fomento del Departamento de Cultura en colaboración con otros departamentos, en las que se combinen ayudas, financiación —al estilo de Crèdit Cultura catalán—, asesoría y procedimientos de gestión propios de una política industrial y de financiación adaptadas, así como con un plan de empleo.
  7. Un desarrollo cultural cualitativo pasa por los extremos de la cadena: la creación y los usuarios culturales pasivos o activos.
    - En el campo creativo la atención a las condiciones de creación (un mapa de fábricas de creación y de centros culturales *amateurs* en el conjunto de territorios respondiendo al plan de equipamientos) se habría de equilibrar con iniciativas de becas, aprendizajes, programas de intercambio, premios... así como con la atención a las condiciones de vida, de seguridad social y fiscal de las autorías.
    - En relación a los usuarios, a veces poco distinguibles de la creación *amateur*, además de formalizar el derecho social de acceso a la cultura, se trataría de propiciar al máximo las formas activas de fruición cultural.
  8. La comunicación siempre se la han reservado los gobiernos. Se trata de introducir la definición social de la comunicación, en unos tiempos donde los *Social Media* ocupan un espacio creciente y carece de sentido aquella verticalidad y sí, en cambio, introducir la horizontalidad y la gobernanza democrática.

Con todo, son necesarias una ley de comunicación y de un Consejo del sector audiovisual, la reforma de la ley de EITB, una agencia pública de información multimedia vinculada a EITB, un plan de emprendizaje cultural con un sistema de ayudas para la emergencia de micromedias...

9. Acción exterior con el protagonismo del Instituto Etxepare, como auténtica embajada cultural, vinculada tanto a las delegaciones del Gobierno Vasco como a las estructuras de la diáspora y en el empeño de concretar numerosos convenios con instituciones y países.
10. Ampliar el concepto de innovación cultural como parte de la innovación e irrumpir en las políticas e-culturales con ayudas al soporte digital; a la digitalización de la exhibición; a la dimensión digital en cada ampliación de la acción sectorial; a los estímulos de los creadores de *software* digital, de videojuegos, de aplicaciones, de servicios y utilidades en red o telefonía....
11. Implantar un sistema de indicadores *ad hoc* para el seguimiento cultural y la evaluación de la política cultural.

En resumen, tomar las riendas y que los sectores sociales y culturales lo demanden.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGENDA 21 DE LA CULTURA (2009): «Barcelona Informe del quinto aniversario». CGLU y el Ayuntamiento de Barcelona.
- ALBERDI Alberto (2010): «Economía Vasca 1980-2010: tres crisis y una gran transformación». *Ekonomiaz* 25ª:85.
- ARIÑO Antonio (2010): *Prácticas culturales en España. Desde los años sesenta hasta la actualidad*. Ariel. Barcelona 2010.
- ASHEIM Björn (2009): «La política regional de innovación de la próxima generación: cómo combinar los enfoques del impulso por la ciencia y por el usuario en los sistemas regionales de innovación», *Ekonomiaz* Nº 7086.
- AYESTARÁN Ignacio(2007): «Capitalismo cognitivo en la economía high tech y low cost: de la ética hacker a la wikinomía». *Argumentos de Razón Técnica*, nº 10.
- BERGSGARD N.A., JOSENDAL Kari y GARCIA Beatriz (2010): «A cultural mega events' impact on innovative capabilities in art production: the results of Stavanger being the European Capital of Culture» en *International Journal of Innovation and Regional Development* (IJIRD). Volume 2, nº 4.
- CARDOSO, GUSTAVO (2008): *Los medios de comunicación en la sociedad red. Filtros, escaparates y noticias*, Barcelona: UOC ediciones.
- CARRILLO Jesús (2011): «Las nuevas fábricas de la cultura: los lugares de la creación y la producción cultural en la España contemporánea» Consulta on line: [http://www.ypsite.net/recursos/biblioteca/documentos/Jesus\\_Carrillo\\_nuevas\\_fabricas\\_de\\_la\\_cultura.pdf](http://www.ypsite.net/recursos/biblioteca/documentos/Jesus_Carrillo_nuevas_fabricas_de_la_cultura.pdf)
- CUNNINGHAM Stuart (2002): «From Cultural to Creative Industries: Theory, Industry, and Policy Implications». Consulta en: [http://eprints.qut.edu.au/588/1/cunningham\\_from.pdf](http://eprints.qut.edu.au/588/1/cunningham_from.pdf)
- DEPARTMENT OF COMMUNICATIONS, INFORMATION TECHNOLOGY AND THE ARTS —The National Office for The Information Economy (2002): *Creative industries*

- cluster study stage one report*. Consulta on line: [http://portal.unesco.org/culture/en/files/40768/12705461905Creative\\_Industries\\_Cluster\\_Study\\_Report\\_Stage\\_1.pdf/Creative\\_Industries\\_Cluster\\_Study\\_Report\\_Stage\\_1.pdf](http://portal.unesco.org/culture/en/files/40768/12705461905Creative_Industries_Cluster_Study_Report_Stage_1.pdf/Creative_Industries_Cluster_Study_Report_Stage_1.pdf)
- DEPARTAMENTO DE CULTURA (2004): *Kulturaren Euskal Plana- Plan Vasco de Cultura*. Serv. Public. Gobierno Vasco. Vitoria-Gasteiz.
- GOBIERNO VASCO (2010): *Plan de Ciencia, Tecnología e Innovación 2010*. Servicio de Publicaciones. Vitoria-Gasteiz.
- HEINRICH Bettina (2009): «Las ciudades cambiantes y el nuevo papel de la política cultural urbana: perspectivas desde Alemania» en *Culture 21* «Ciudades, culturas y desarrollos». Ayto de Barcelona y UGLC.
- HUTTER, Michael (2005): «Los bienes de información» en Towse, Ruth (ed.): *Manual de economía de la cultura*, Madrid: Fundación Autor.
- INE,(2010) «Encuesta de Presupuestos Familiares» (octubre 2010).
- INNOBASQUE (2011): «Estrategia de innovación social: una ventana de oportunidad para Euskadi». Innobasque Febrero 2011.
- JIMÉNEZ GUERRERO Luis (2010): «Análisis Económico de la Televisión en España». Jornadas UTECA Madrid, 15 de noviembre de 2010. Deloitte.
- KAPLER K,E, RUIZ DE QUEROL R.(2011): «Is there anybody out there?. Social Media as a new social fetish».Consulta on line en: [www.websci11.org/fileadmin/webosci/Papers/83\\_paper.pdf](http://www.websci11.org/fileadmin/webosci/Papers/83_paper.pdf)
- KULTURAREN EUSKAL BEHATOKIA - OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA
- (2010a): «Análisis de las empresas, empleos y mercado de trabajo del ámbito cultural en la CAE» Serv. Central de Publicaciones del Gobierno Vasco, Vitoria-Gasteiz.
- (2010b) «Anuario Kultura 08-09». Vitoria – Gasteiz 2010.
- (2010c) «Informe de salas de cine en al CAE». Noviembre 2010.
- (2010d) «Industrias culturales audiovisuales».
- (2010e) «Productores de artes escénicas».
- (2011) «Financiación y Gasto Público en Cultura. CAE 2008». Julio 2011.
- MINISTERIO DE CULTURA (2010): *Anuario de Estadísticas Culturales*, Madrid,
- OCDE (2011): *Estudios de la OCDE sobre la innovación regional País Vasco*. Ed OECD-Innobasque. 2011-06-10.
- ORKESTRA INSTITUTO VASCO DE COMPETITIVIDAD (2009): *II Informe de Competitividad del País Vasco. Hacia el estadio competitivo de la innovación*. Fundación Deusto.
- PARLAMENT EUROPEEN (2006): *La situation des professionnels de la création artistique en Europe*. DG des politiques internes de l'Union.
- SCHLESSINGER Philip (2011): «Intelectuales y políticas culturales. La política británica de industrias culturales» en E. Bustamante (ed) *Industrias creativas amenazas sobre la cultura digital*. Barcelona. Gedisa 2011.
- WAGNER Gottfried y DIETACHMAIR Philipp (2009): «A la mañana siguiente: el desarrollo cultural de las ciudades tras la ola de creatividad». En *Culture 21*, «Ciudades, culturas y desarrollos». CGLU y el Ayuntamiento de Barcelona.
- ZALLO R. (2007): «La economía de la cultura como objeto de estudio», *Zer*, nº 22, Leioa: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- (2010): «Industrias culturales y ciudades creativas» en Felix Manito (ed) *Ciudades creativas. Volumen 2. Creatividad, innovación, cultura y agenda local*. Fundación Kreanta. Barcelona.

---

# *Situación, políticas y estrategia de las industrias culturales en Cataluña*

Este trabajo describe la realidad de la industria cultural catalana, de cada uno de los sectores que la conforman y analiza las políticas llevadas a cabo por el Instituto Catalán de las Industrias Culturales. La recopilación de datos realizada permite dimensionar tanto el impacto económico de la industria cultural catalana en general como la situación de sectores como el libro, el audiovisual, la música, las artes escénicas y las visuales así como de otros sectores emergentes. El análisis se apoya en vectores propios del caso catalán para acabar apuntando algunos retos de futuro de la industria cultural catalana con una referencia a la necesidad de aplicar una mirada amplia sobre las denominadas industrias creativas.

*Lan honek Kataluniako kultura industriaren eta bere sektoreen errealitatea aztertzen du, baita Kultura Industrien Kataluniako Institutuak bideratzen dituen politikak ere. Datu bilketak, oro har, Kataluniako Kultura Industriaren eragin ekonomikoa erakusten du, eta liburuen, ikus-entzunezkoen, musika, arte eszenikoen eta beste sektore sortuberri batzuen egoera ere ebaluatzen da. Artikulu honetan Kataluniako Kultura industrialaren gakoak ikertzeaz gain, bere etorkizunari ere begiratzen zaio eta sorkuntza industria perspektiba zabalago batetik aztertu beharra dagoela erakusten digu.*

This article describes the current situation of the cultural industry and its different fields in Catalonia. Besides it analyzes the support policies of Instituto Catalán de las Industrias Culturales [«Catalonian Institute for Cultural Industries»]. Through data recollection we know the economic impact of the Catalanian culture industry in general and the situation of fields as publishing houses, audio-visual, music, performing arts, and other arising fields. This work describes the main characteristics of Kultural industrial of Catalonia but it also debates about its future and the necessity of the absorption of a broader concept of creative industries.

## *Índice*

---

1. La toma de conciencia: la cultura como industria
2. Las industrias culturales catalanas: perspectiva económica
3. Los distintos grados de industrialización de los sectores culturales en Cataluña
4. Políticas de apoyo a las industrias culturales
5. El valor de la creatividad: los retos de futuro

### Referencias bibliográficas

Palabras clave: industria cultural y creativa, Cataluña, cultura, creatividad.

Keywords: cultural and creativity industry, Catalonia, culture, creativity.

Nº de clasificación JEL: Z10, Z11, R58.

---

## **1. LA TOMA DE CONCIENCIA: LA CULTURA COMO INDUSTRIA**

Las industrias culturales constituyen un sector estratégico en el desarrollo económico de Cataluña. Desde el punto de vista de las políticas públicas, este reconocimiento se evidenció a partir de la creación del Instituto Catalán de las Industrias Culturales (ICIC) en el año 2001 y la elaboración del Libro Blanco de las industrias culturales de Cataluña al año siguiente. La creación del ICIC supuso un importante punto de inflexión para la consideración de la cultura como sector de desarrollo económico e instauró una nueva forma de entender el papel de las industrias culturales en el marco de la política cultural catalana.

Con el Libro Blanco se analizó, por primera vez de forma completa, la situación y las potencialidades de cada sector desde una perspectiva industrial promoviendo una toma de conciencia colectiva del valor económico de la cultura; un valor que, como el Libro Blanco apunta en su apartado de presentación, no se debe solo a su impacto directo en facturación o creación de empleo, sino que se fundamenta también, en su capacidad para ejercer como «multiplicador económico».

Este análisis de clara orientación industrial sobre la cultura y el tejido empresarial dedicado a este sector de producción concluye que en Cataluña existe una alta capacidad de desarrollo económico vinculada a la industria cultural y, por lo tanto, apunta, con una serie de recomendaciones, a la necesidad de que la administración pública haga efectivos mecanismos de ayuda específicos, sobre todo, vinculados a los impulsos iniciales de las empresas culturales.

El hecho de que Cataluña fuese la primera comunidad autónoma que creó un organismo como el ICIC, tiene su sentido y está vinculado a su importante tradición en el desarrollo de la industria cultural. Esta tradición está protagonizada, en primer lugar, por los grupos editoriales con sede en Cataluña, cuya influencia y nivel de competitividad se sitúan en el mercado internacional. Buena muestra de ello es el Grupo Planeta, el principal grupo editorial de España e Hispanoamérica, el segundo en Francia y uno de los siete primeros del mundo. Pero además, el mapa editorial catalán cuenta con otros grupos (Grupo 62, también participado por el Grupo Planeta y el Grupo Enciclopedia Catalana, RBA, etc.) y una gran cantidad de editoriales independientes y distribuidoras que se suman a las agencias literarias de mayor prestigio internacional conformando un sector industrial, establecido en Cataluña, pero con dimensión mundial.

La potencia de la industria cultural catalana tiene su origen en el mundo editorial, en el pasado más reciente también se encuentran referentes sectoriales que compiten en mercados que superan el ámbito catalán. En estos últimos años se han tejido importantes alianzas mediante compras de acciones entre distintos grupos editoriales, de comunicación y audiovisuales, que han configurado un entramado empresarial muy sólido donde la diversificación de contenidos y formatos es una de las principales características. Con todo ello se ha tendido a la creación y consolidación de una industria de contenidos culturales que trasciende las lógicas estrictamente subsectoriales.

Así, grupos editoriales como Planeta han incorporado a su negocio el ámbito de la comunicación, participando en canales de televisión y prensa escrita, mientras consolidados grupos de comunicación como el Grupo Godó están expandiendo su influencia con apuestas estratégicas en el mundo de la radio y de la televisión. Por otro lado, la industria audiovisual y de la comunicación cuenta con importantes motores tanto de iniciativa pública, como la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales, como privadas, con MediaPro como empresa referente en el sector.

Este entramado de empresas, fruto de la tradición de la industria cultural catalana, conforma un panorama rico, muy industrializado, y con clara influencia en la realidad económica del país. Igualmente, en otros sectores, como en el de las artes escénicas, en Cataluña existen grupos empresariales de referencia estatal, como Focus, o a un segundo nivel Bitò producciones, mientras que en sectores como el dis-

cográfico o el de las artes visuales, aunque existe un tejido empresarial, Cataluña no ejerce el mismo nivel de influencia y liderazgo.

En cualquier caso, los ejemplos citados sirven para explicar una realidad que sitúa a Cataluña como un importante centro de producción y comercialización de productos culturales, que, como mínimo, tiene sus orígenes en la segunda mitad del siglo pasado y que con el paso del tiempo se ha consolidado a escala estatal e internacional. Las industrias culturales son, por lo tanto, un sector económico de larga tradición en Cataluña que se ha mantenido como una apuesta estratégica de país, más aún cuando la competitividad de las economías aparece cada vez más vinculada con la creatividad y al alto valor añadido.

Por otro lado, la definición conceptual de las industrias culturales en Cataluña viene, en gran medida, marcada por las políticas del ICIC y la consideración que, de forma oficial, se ha dado a los sectores. Una consideración que se caracteriza por la amplitud conceptual y la inclusividad. Este punto de partida no es una concepción cerrada de acuerdo con la definición ortodoxa y tradicional de industrias culturales asimilada a la reproductividad, a un tipo de industria (la edición de libros y fonogramas y la audiovisual, básicamente), sino que se amplía a los medios de comunicación y a los sectores culturales de producción artesanal (no-reproducibles, como artes escénicas y visuales). Esta apertura conceptual permite también incluir en la mayoría de análisis y de políticas a sectores no tradicionalmente considerados industrias culturales pero que bajo el concepto de industrias creativas tienen mejor acomodo, como el caso del diseño (muy importante en Cataluña), la publicidad, los videojuegos, etc.

En coherencia con esta tradición, en el presente artículo se utiliza el concepto de industrias culturales de forma amplia para, de esta forma, conseguir un análisis coherente con la realidad descrita. Esta opción se justifica por la propia complejidad e interrelación de las industrias culturales y por una razón pragmática de ajuste a las definiciones efectivamente operativas.

### 1.1. Vectores de análisis para el caso catalán

Las industrias culturales catalanas se desarrollan en un contexto que las singulariza y que trasciende las particularidades concretas de cada sector. La tradición en la industria editorial, el auge del audiovisual, o el reconocimiento internacional de creadores y empresas en todos los ámbitos proviene de una trayectoria específica en cada caso, pero también de un contexto concreto que los determina.

#### *Entorno lingüístico*

En primer lugar, como característica propia, la más evidente e inmediata es el hecho de que se trata de un entorno lingüístico en el que conviven dos lenguas: catalán y castellano. Sin duda alguna una riqueza desde la perspectiva cultural pero tam-

bién una singularidad importante en términos de mercado. Así, la producción cultural de las industrias en una lengua u otra compite en mercados de dimensiones incomparables.

Mientras según datos de *Population d'Ethnologue* el castellano es la segunda lengua más hablada en el mundo con 330 millones de hablantes, el catalán ocupa el puesto 88 en el ranking de las lenguas más habladas, con 9 millones. Esta realidad plantea a la vez dificultades y beneficios desde la perspectiva industrial. Así, mientras la dificultad se encuentra en un mercado reducido para la sostenibilidad y viabilidad de los productos culturales en catalán, el beneficio se halla en el hecho que las industrias que trabajan con los dos mercados pueden aprovechar economías de escala que optimizan costes de los productos que salen al mercado tanto en catalán como en castellano.

El mercado en castellano es un mercado global, mientras que el mercado en catalán es local y en la tensión entre uno y otro se desarrollan las industrias culturales catalanas. Precisamente, en un mundo globalizado en el que existe una tendencia clara y suficientemente analizada hacia la estandarización cultural, los mercados y donde las culturas locales tienen dificultades para su supervivencia<sup>1</sup>. La cultura en catalán, por lo tanto, necesita una protección específica para conseguir mantener cuota de mercado también en el mercado interior. Además de la afectación de la globalización sobre todas las culturas pequeñas; debe tenerse en cuenta que, en el caso catalán, a diferencia de muchas otras realidades culturales de dimensión similar, no se cuenta con instrumentos de defensa y promoción de la cultura y las lenguas propias de un Estado.

### ***Separación entre el mundo creativo y el industrial***

Este mercado reducido supone una dificultad añadida a otro de los vectores que caracterizan la realidad cultural catalana: la existencia de un cierto vacío y desconexión entre el mundo creativo y el industrial. Un ejemplo claro de la existencia de este espacio poco trabajado es la división que ha existido los últimos años en las convocatorias de subvenciones del ICIC y del CONCA (Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Cataluña) por la cuál las industrias se dirigían al primer organismo y los creadores al segundo. Pero entre una realidad y la otra existen multitud de pequeñas empresas culturales en Cataluña que no han encontrado un espacio de articulación y de interlocución con la administración. Así, el creador que lleva a cabo su actividad en una pequeña empresa no encuentra acomodo suficiente. Además, no se han articulado políticas específicas de emprendizaje que permitan un impulso hacia la profesionalización desde una perspectiva empresarial e industrial.

---

<sup>1</sup> En buena medida de esta reflexión surgió la Declaración Universal de la UNESCO sobre diversidad cultural en 2001.

En este espacio, el de la profesionalización en la actividad cultural y creativa también se mueve un número importante de creadores y gestores culturales que surgen de la buena estructura formativa que existe en Cataluña pero que pasa dificultades, sobre todo, en los primeros momentos de dicha profesionalización. En efecto, se pueden encontrar numerosos ejemplos de talento surgido de las distintas instituciones formativas catalanas, así como igualmente son numerosos los casos de creadores catalanes que realizan los primeros pasos de su profesionalización fuera de Cataluña para volver, en ocasiones, una vez consagrados. Este es un reto importante: aprovechar el talento creativo surgido de la importante inversión en formación, ofreciendo recorridos profesionalizadores que actualmente el sistema político e industrial cultural catalán no satisface.

### ***Especialización***

La especialización de las industrias culturales como estrategia de competitividad es un debate generalizado y aún abierto. En Cataluña nadie niega que, por tradición y por su posición en el mercado global, la industria editorial sea la que muestra un nivel más alto de competitividad y penetración en el mercado exterior. Pero no existe consenso sobre si esta buena situación justifica que se apueste estratégicamente por ella, dejando al margen a otros sectores. En estos términos se plantea el debate entre sectores pero, si se focaliza la mirada a cada uno de ellos, también aparecen debates internos: en el audiovisual el debate se ha centrado en si se debe apostar por la especialización en la animación (que goza de un importante prestigio); en el de las artes escénicas si se debe realizar una apuesta por la danza (porque tiene mayor capacidad de internacionalización al ser un lenguaje universal); en el de las artes visuales la tensión aparece entre la apuesta por el arte contemporáneo o por otras expresiones... Múltiples debates en todos los sectores y entre ellos que no se han superado y que siguen abiertos en la actualidad.

### ***Clusterización y concentración demográfica***

Frente a esta realidad, la progresiva clusterización de las industrias culturales en Cataluña ha provocado que, en gran medida, la realidad vaya a un ritmo superior a los debates que se producen. Así, la realidad catalana en relación a las industrias culturales tiene otra característica: la concentración en Barcelona y su Área Metropolitana de los principales centros de producción cultural. Una concentración que no es nueva pero que se ha visto impulsada por la creación de nuevos clusters con una capacidad de influencia poco comparable con los esfuerzos de descentralización que se han ido realizando. Muestra de este proceso es que en el Distrito 22@, una apuesta estratégica por la economía del conocimiento y la innovación en la capital catalana que agrupa a más de 1.000 empresas, dos de los cinco clusters que lo estructuran son el Cluster Media y el Cluster Diseño, ambos vinculados a las industrias culturales y

creativas. Esta apuesta, además, se verá reforzada con el desarrollo del proyecto BZ, Barcelona Zona Innovación, que reserva 50 hectáreas de zona industrial para acoger proyectos preferentemente de la industria audiovisual.

En resumen, las industrias culturales en Cataluña se enfrentan a los mismos retos de otras realidades culturales aunque, fruto de una trayectoria determinada y de una serie de singularidades, muestran signos diferentes que se manifiestan de forma transversal en todos los sectores y, como se verá en las siguientes líneas, se traducen en especificidades en cada uno de ellos.

## 2. LAS INDUSTRIAS CULTURALES CATALANAS: PERSPECTIVA ECONÓMICA

La medición del valor económico de la cultura es un ejercicio que entraña importantes dificultades en relación a los criterios para la contabilización de actividades en este sector. La principal referencia estadística al respecto es la Cuenta Satélite de la Cultura en España cuyos resultados no se presentan desagregados por comunidad autónoma y que, en el avance de resultados publicado en diciembre de 2010, sitúa la aportación de las actividades culturales en un 3% del VAB español y un 2,9% del PIB en el año 2008<sup>2</sup>.

Aunque finalmente es necesario realizar cuantificaciones que permitan valorar el impacto económico de las industrias culturales para conseguir una cierta aproximación a su dimensión, parece igualmente necesario realizar una valoración de carácter cualitativo para no perder elementos de análisis. Esta valoración es la que lleva a una reflexión sobre el doble papel de las industrias culturales en un entorno económico: por un lado, se muestran como catalizadores y motores económicos mientras, por el otro, su nivel de desarrollo no deja de ser un indicador que refleja el grado de desarrollo económico y social de un territorio.

En relación a la primera dimensión, su papel catalizador y motor, cabe decir que no son pocos los estudios que parten de la hipótesis de que los entornos creativos son los mejor preparados para afrontar los actuales cambios de modelo económico<sup>3</sup>. En concreto, tanto en el área de Barcelona como para el conjunto de Cataluña, la apuesta por generar este entorno es claramente estratégica. Esta dimensión multiplicadora de las industrias culturales cobra especial relevancia en el contexto actual de

<sup>2</sup> Con una media del año 2000 al 2008 del 3,2% de VAB y del 3% del PIB.

<sup>3</sup> Así, el recientemente finalizado proyecto ACRE (*Accommodating Creative Knowledge – Competitiveness of European Metropolitan Regions within the Enlarged Union*) financiado por la Unión Europea y realizado conjuntamente por trece ciudades europeas, analiza, entre otras cuestiones, la importancia de los *soft factors* en la atracción de talento e inversión de una región. Entre los elementos que configuran estos factores blandos o *soft*, se encuentran cuestiones como un medio atractivo, calidad de vida, cultura, ocio y la atmósfera o entorno creativo.

crisis económica ya que indica una posibilidad de respuesta a los principales retos que de él derivan.

En lo referente a la homologación entre desarrollo de las industrias culturales y creativas con el nivel de desarrollo económico y social, todas las estadísticas de consumo y prácticas culturales apuntan a lugares comunes que señalan al nivel educativo en primer lugar, y al nivel económico (ambos fuertemente relacionados), como variables explicativas del nivel de consumo cultural. Es decir, en una sociedad con mayores estudios y alto nivel económico existe un mercado interno que favorece el desarrollo de las industrias culturales<sup>4</sup>.

Volviendo al análisis cuantitativo, en Cataluña los datos disponibles sobre VAB y empleo culturales sólo permiten una evaluación hasta el año 2007, con lo que aún no se ha obtenido información suficiente sobre las repercusiones de la crisis económica en las industrias culturales. Hasta ese momento, la evolución de los principales indicadores mostraba pocas variaciones anuales aunque se observa una cierta tendencia al crecimiento.

En relación al VAB, la variación desde 2002 a 2007 es de un crecimiento del 10% en global aunque con diferencias importantes entre los sectores. Así, entre los sectores que realizan una mayor aportación al VAB están el audiovisual, el libro y la prensa, por este orden, cuyos crecimientos son del 15%, el 4% y el 18% respectivamente, con lo que se deduce que el principal impulso proviene de los medios de comunicación<sup>5</sup>. Por otro lado, los tres que menos aportan al VAB, artes escénicas, fonogramas y galerías de arte muestran dos realidades: un considerable crecimiento en el caso de artes escénicas y de las galerías de arte y un descenso brusco en el caso de los fonogramas, vinculado a la crisis global de esta industria.

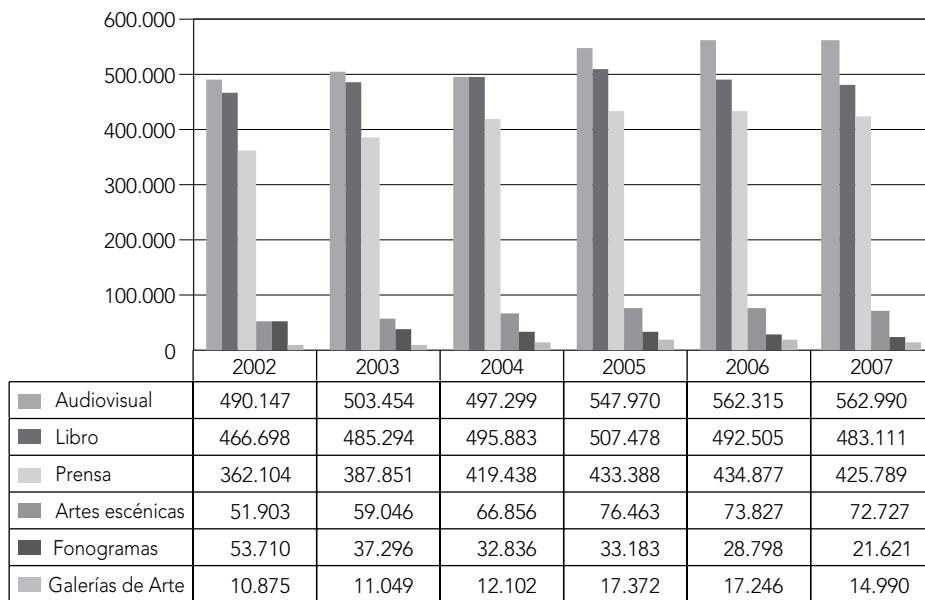
El empleo en los sectores culturales ha crecido en este periodo un 5%, a un ritmo muy inferior al crecimiento del VAB, lo que indica una mayor productividad. En total, los sectores de la cultura empleaban en 2007 a 32.339 trabajadores, un 5% más que en 2002, con un mayor peso relativo del sector del libro aún perdiendo trabajadores en el periodo, seguido de la prensa y el audiovisual, que han incrementado en un 10 y un 15% respectivamente sus trabajadores en estos años.

En términos comparativos con el resto del Estado, Cataluña es la primera comunidad en peso relativo en empleo cultural y la segunda, por detrás de la Comunidad de Madrid, en número de empresas culturales. Así, Cataluña concentra el 21,8% de los empleos culturales del Estado y el 19,6% de las empresas, porcentaje mayor que la aportación de Cataluña al PIB del Estado: el 18,6% en 2009. (Ver cuadro nº 3).

<sup>4</sup> Por este motivo no son pocas las voces que reclaman la incorporación de indicadores culturales en el Índice de Desarrollo Humano del PNUD.

<sup>5</sup> Se debe tener en cuenta que en audiovisual se contabiliza televisión y radio.

**Grafico nº 1. VALOR AÑADIDO BRUTO DE LOS SECTORES CULTURALES DE CATALUÑA. 2002-2007** (en miles de euros)



|       |           |           |           |           |           |           |
|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| TOTAL | 1.435.437 | 1.484.620 | 1.524.414 | 1.615.854 | 1.609.571 | 1.581.229 |
|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|

Fuente: ICIC.

NOTAS: – Para el 2006 y 2007 los datos son provisionales.  
– Dentro del sector audiovisual se incluye televisión y radio.

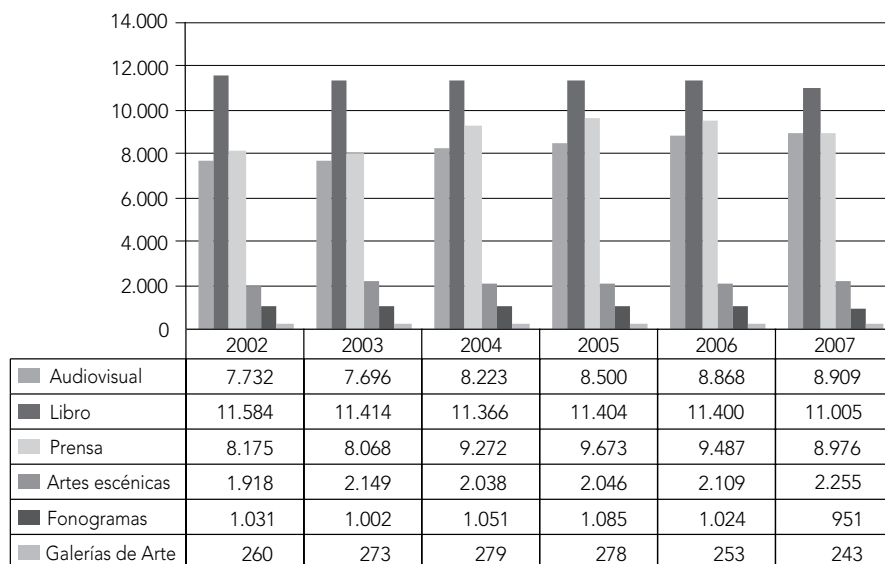
**Cuadro nº 1. VAB DE LOS SECTORES CULTURALES DE CATALUÑA SEGÚN PESO RELATIVO Y CRECIMIENTO. 2002-2007** (en %)

| Sector           | Peso relativo 2007 | Crecimiento 02-07 |
|------------------|--------------------|-------------------|
| Audiovisual      | 36                 | 15                |
| Libro            | 31                 | 4                 |
| Prensa           | 27                 | 18                |
| Artes escénicas  | 5                  | 40                |
| Fonogramas       | 1                  | -60               |
| Galerías de Arte | 1                  | 38                |
| <b>TOTAL</b>     |                    | <b>10</b>         |

Fuente: Instituto de Industrias Culturales de Cataluña.

NOTAS: – Para el 2006 y 2007 los datos son provisionales.  
– Dentro del sector audiovisual se incluye televisión y radio.

**Grafico nº 2. EMPLEO DE LOS SECTORES CULTURALES DE CATALUÑA. 2002-2007 (en miles de euros)**



|       |        |        |        |        |        |        |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Total | 30.700 | 30.602 | 32.229 | 32.986 | 33.141 | 32.339 |
|-------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|

Fuente: Instituto de Industrias Culturales de Cataluña.

NOTAS: – Para el 2006 y 2007 los datos son provisionales.  
– Dentro del sector audiovisual se incluye televisión y radio.

**Cuadro nº 2. EMPLEO DE LOS SECTORES CULTURALES DE CATALUÑA SEGÚN PESO RELATIVO Y CRECIMIENTO. 2002-2007 (en %)**

| Sector           | Peso relativo 2007 | Crecimiento 02 -07 |
|------------------|--------------------|--------------------|
| Audiovisual      | 28                 | 15                 |
| Libro            | 34                 | -5                 |
| Prensa           | 28                 | 10                 |
| Artes escénicas  | 7                  | 18                 |
| Fonogramas       | 3                  | -8                 |
| Galerías de Arte | 1                  | -7                 |
| TOTAL            |                    | 5                  |

Fuente: ICIC.

NOTAS: – Para el 2006 y 2007 los datos son provisionales.  
– Dentro del sector audiovisual se incluye televisión y radio.

**Cuadro nº 3. PESO RELATIVO DEL EMPLEO Y LAS EMPRESAS CULTURALES EN ESPAÑA POR COMUNIDADES AUTÓNOMAS. 2009 (en %)**

| CCAA                                              | Empleo | Empresas | Aportación de la Comunidad al PIB estatal |
|---------------------------------------------------|--------|----------|-------------------------------------------|
| Andalucía                                         | 13,4   | 13,2     | 13,6                                      |
| Aragón                                            | 2,4    | 2,2      | 3,1                                       |
| Asturias (Principado de)                          | 1,7    | 2,1      | 2,2                                       |
| Balears (Illes)                                   | 2,5    | 2,5      | 2,5                                       |
| Canarias                                          | 2,9    | 3,7      | 3,9                                       |
| Castilla y León                                   | 3,9    | 4,4      | 5,4                                       |
| Castilla-La Mancha                                | 2,9    | 2,7      | 3,4                                       |
| Cataluña                                          | 21,8   | 19,6     | 18,6                                      |
| Comunitat Valenciana                              | 9,6    | 9,6      | 9,7                                       |
| Galicia                                           | 6,2    | 5,3      | 5,2                                       |
| Madrid (Comunidad de)                             | 21,5   | 22,5     | 18,0                                      |
| Murcia (Región de)                                | 1,8    | 2,1      | 2,6                                       |
| Navarra (Comunidad Foral de)                      | 1,4    | 1,2      | 1,7                                       |
| País Vasco                                        | 5,0    | 5,9      | 6,2                                       |
| Cantabria, Extremadura, La Rioja, Ceuta y Melilla | 2,8    | 3,0      | 3,9                                       |

Fuente: INE.

### 3. LOS DISTINTOS GRADOS DE INDUSTRIALIZACIÓN DE LOS SECTORES CULTURALES EN CATALUÑA

La realidad de los sectores desde la perspectiva de su grado de industrialización muestra una gran diversidad. Así, los sectores más industrializados, el libro y el audiovisual, son los que más fácilmente se pueden homologar a cualquier otro sector industrial de la economía. Evidentemente, como todos los sectores de la cultura, la singularidad de los productos de estas industrias es que se basan en la intangibilidad de su valor: nadie puede garantizar la existencia de mercado y éxito de un libro o una película por mucho que se invierta en promoción.

Una evidencia de que las realidades entre los sectores de la cultura son diferentes es el trato que reciben de las administraciones públicas. En todos los casos existe un

esfuerzo, más o menos suficiente según se mire, de apoyo a los sectores de la cultura en Cataluña pero atendiendo a la realidad actual se pueden diferenciar tres niveles:

1. Los sectores con alta independencia pública: el sector audiovisual y del libro, que reciben subvenciones pero que, fundamentalmente, se mueven en una lógica de mercado. No obstante, sin negar esta consideración global, se debe señalar que la aparente independencia pública del sector audiovisual oculta una compleja red de apoyos indirectos y financieros que en muchos casos acaban siendo directos y económicos.
2. Los sectores en un estado intermedio de dependencia pública: los medios de comunicación y la música. Los medios de comunicación privados reciben subvenciones públicas aunque tienen un relativo grado de independencia económica. Pero junto a esto, la intervención pública en los medios de comunicación se desarrolla a partir, sobre todo, de los medios propios (Corporación de Radio y Televisión de Cataluña).

En relación a la música, mientras los principales equipamientos musicales de Cataluña son públicos (l'Auditori de Barcelona) o con una alta dependencia pública (Palau de la Música), toda la industria discográfica y la mayoría de salas de música en directo son iniciativas privadas (aunque también reciben algunas subvenciones).

3. Finalmente, las artes escénicas y las artes visuales deben contabilizarse entre los sectores de alta dependencia pública en Cataluña. Los principales equipamientos escénicos (Teatre Nacional de Catalunya, Teatre Lliure, Mercat de les Flors) son públicos así como lo son los principales centros de producción escénica de todo el territorio (El Canal en Gerona, el CAER en Reus y el CAET en Terrassa). Además, tanto en el caso de compañías como en el de las salas privadas las subvenciones representan un parte muy importante de sus ingresos, necesaria para mantener su actividad.

Por su lado, la intervención pública en el sector de las artes visuales, a pesar del importante tejido de centros de arte privados y de la existencia de un mercado privado importante, también es claramente remarcable ya que la gran mayoría de los centros de creación de Cataluña son públicos, igual que pasa entre las salas de exposiciones o los principales motores del sector (Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona).

Estas diferencias entre los sectores no forman parte del análisis realizado para cada uno de ellos, ya que se ha procurado conseguir una aproximación a las distintas realidades desde una perspectiva industrial y no política. Aún así, es necesario tenerlas presente dado que muestran unas dinámicas de relación público-privado diferenciadas con distintas repercusiones y a la vez son consecuencia de la realidad de cada sector.

### 3.1. El audiovisual

La industria audiovisual catalana está viviendo un buen momento gracias al reconocimiento de algunas de las últimas producciones como *Pa Negre*, dirigida por Agustí Villaronga que, entre los muchos reconocimientos cosechados, ha sido nominado a representar a España en los Oscar, consiguió 9 premios Goya de 14 nominaciones además de premios destacados en San Sebastián y Nantes, o el *Mapa de los sonidos de Tokio*, de Isabel Cuixet, Premio Vulcain del Festival de Cannes 2010, entre otras.

Pero además, los últimos años la apuesta realizada por la ESCAC (Escuela Superior de Cine y Audiovisuales de Cataluña) y su productora Escándalo Films con los nuevos talentos del cine catalán está obteniendo grandes resultados reconocidos en distintos festivales, convirtiéndose en una auténtica factoría de nuevas propuestas creativas y de calidad<sup>6</sup>.

Estas apuestas por productos de calidad ha dado buenos resultados comerciales y ha tenido impacto sobre el propio comportamiento del público. Así, por ejemplo, gracias al éxito de *Pa Negre*, el número de espectadores de cine en catalán se duplicó en Catalunya el año 2010<sup>7</sup>.

A las producciones propias hay que añadir la creciente apuesta de producciones internacionales (algunas con participación catalana) por localizar el rodaje en Cataluña y más en concreto en Barcelona, como *Biutiful* de Alejandro González Iñárritu o *Vicky Cristina Barcelona* de Woody Allen, entre otras. Estas producciones, además del efecto de proyección de la ciudad, generan actividad en la industria produciendo un alto impacto. En este sentido, la industria audiovisual catalana y las distintas empresas de servicios asociados han dado buena muestra de su capacidad así como plataformas como la Barcelona Cataluña Film Comission han dado un buen servicio y se está consolidando como un importante reclamo para el desarrollo del sector.

Atendiendo a los datos del sector se ha podido comprobar que es uno de los más importantes en volumen económico de los sectores culturales en Cataluña. Éste es un sector claramente estratégico que según la Encuesta Anual de Servicios (2007) generaba un volumen de negocio de 1.695 millones de euros, lo que representa el 14,13% de total del Estado<sup>8</sup>.

En Cataluña se encuentran el 27,4% de las empresas productoras de cine del Estado, sólo superada por la Comunidad de Madrid que concentra el 35%<sup>9</sup>, por lo que es

<sup>6</sup> Como referencia se puede citar *Tres días con la familia*, de Mar Coll, Premio Goya a la mejor dirección novel 2010.

<sup>7</sup> Datos del ICIC.

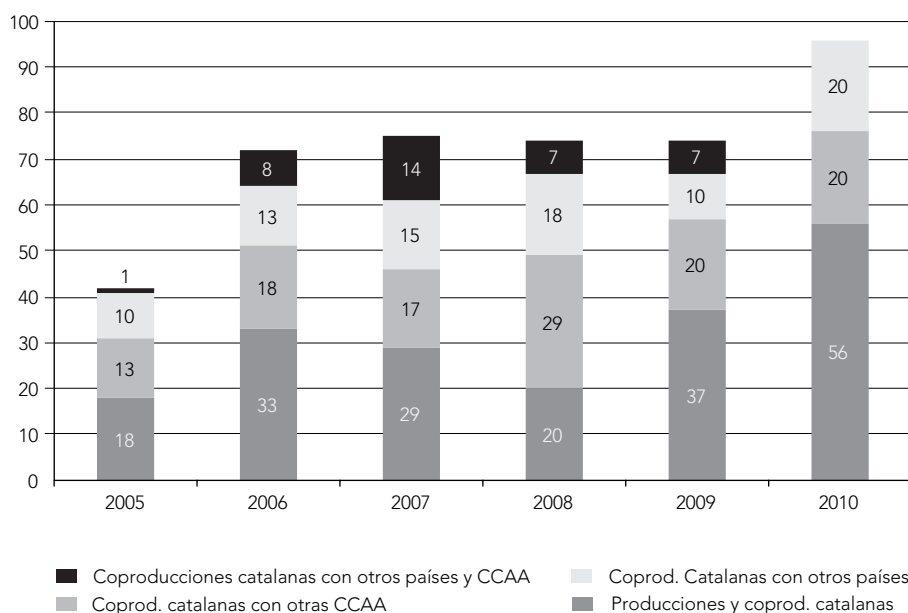
<sup>8</sup> Los resultados de la Encuesta anual de servicios de 2009 publicados en la web del INE no aparecen desagregados por comunidades autónomas.

<sup>9</sup> Según datos para el 2009 del Anuario de Estadísticas Culturales del Ministerio de Cultura.

un centro de producción importante a escala estatal. De hecho, en 2010 el 47% de los filmes producidos en España tenían sello catalán y entre 1985 y 2009 el 30% de las películas tuvieron participación catalana. En Europa, Cataluña tiene un peso del 2%<sup>10</sup>.

Este importante peso se amplía por el aumento de producciones con un remarkable salto de largometrajes catalanes del 2005 al 2006 y que se ha mantenido alrededor de las 75 producciones anuales hasta 2010 cuando se ha dado un nuevo salto con casi un centenar de largometrajes producidos.

Gráfico nº 3. **PRODUCCIÓN DE LARGOMETRAJES CINEMATográfICOS CATALANES. 2005 - 2009** (número)



Fuente: ICIC.

Cabe decir que frente a estos datos positivos existen algunas sombras como el hecho que de los 96 largometrajes producidos en 2010 en Cataluña, el 20% no ha encontrado sala para estrenarse<sup>11</sup>.

Finalmente, también desde la perspectiva de la oferta cabe señalar que el número de salas de exhibición en Cataluña asciende a un total de 780, con un promedio de 10,7

<sup>10</sup> Datos del estudio Producción cinematográfica de Cataluña de Carles José Solsona publicado por la Universitat Pompeu Fabra.

<sup>11</sup> Según El estado de la Cultura en Cataluña. 2011. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes.

salas por cada 100.000 habitantes, representando el 19,1 % de la oferta a nivel de todo el Estado<sup>12</sup>.

Desde la perspectiva de la demanda, Cataluña es uno de los principales mercados para el sector con un alto volumen de espectadores y de recaudación<sup>13</sup>. Aún así, el número de espectadores se ha ido reduciendo en los últimos años, perdiendo cinco millones en los últimos cinco años, mientras que la recaudación, con oscilaciones, se ha mantenido siempre por encima de los 140 millones de euros.

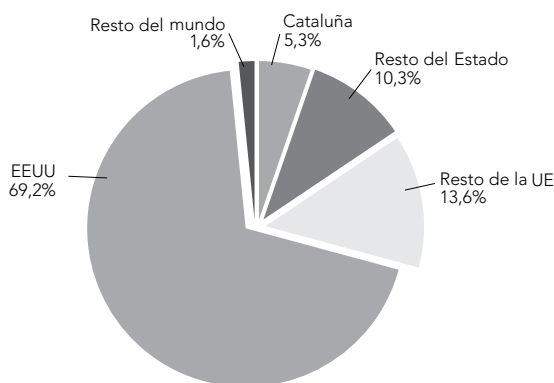
**Cuadro nº 4. ESPECTADORES Y RECAUDACIÓN DE LOS CINES CATALANES**

|                       | 2005       | 2006       | 2007       | 2008       | 2009       | 2010       |
|-----------------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| Espectadores          | 25.869.951 | 25.456.933 | 23.927.465 | 22.540.912 | 22.854.807 | 20.432.597 |
| Recaudación (miles €) | 140.254,00 | 144.606,63 | 143.272,24 | 140.341,43 | 148.075,02 | 141.350,37 |

Fuente: ICIC.

Por otro lado, la industria audiovisual catalana no está al margen del claro dominio de las productoras y distribuidoras de EE.UU. un hecho que dificulta su desarrollo y que queda claramente reflejado en la cuota de mercado de las producciones catalanas en las salas de Cataluña atrayendo sólo el 5,3% de los espectadores de cine.

**Gráfico nº 4. DISTRIBUCIÓN DE ESPECTADORES DE CINE EN CATALUÑA POR NACIONALIDAD DE LA PRODUCCIÓN. 2009 (en %)**



Fuente: ICIC.

<sup>12</sup> Según datos para el 2009 del Anuario de estadísticas culturales del Ministerio de Cultura.

<sup>13</sup> Según datos para el 2009 del Anuario de estadísticas culturales del Ministerio de Cultura el volumen de espectadores en Cataluña representa el 22,6% del total del Estado y de recaudación el 22%.

Finalmente, como particularidad catalana, hay que destacar el poco peso de la lengua catalana, especialmente en la exhibición, con el 2% de espectadores, y remarcable en la producción, con un 32 % de las producciones. Una situación de debilidad, que la Ley del Cine de Cataluña, aprobada en julio de 2010, trata de compensar ya que prevé que la mitad de las copias de las películas que se estrenen estén subtituladas o dobladas al catalán. Aún así, el desarrollo de esta ley está provocando importantes resistencias entre las distribuidoras y las salas de cine de forma que su aplicación aún no es una realidad<sup>14</sup>.

**Cuadro nº 5. INDICADORES DEL PESO RELATIVO DEL CATALÁN EN EL CINE DE CATALUÑA. 2009 y 2010 (en %)**

| Indicador                                                     | 2009   | 2010   |
|---------------------------------------------------------------|--------|--------|
| Espectadores de cine en catalán sobre total de espectadores   | 0,87%  | 2,05%  |
| Recaudación de cine en catalán sobre total de recaudación     | 0,78%  | 1,83%  |
| Producciones en catalán sobre total de producciones catalanas | 36,49% | 32,29% |

Fuente: elaboración propia a partir de datos del ICIC.

### 3.2. El libro

El sector del libro en Cataluña tiene unas características propias que sobrepasan a la propia realidad cultural catalana: los grandes grupos editoriales con sede en Cataluña compiten en el mercado internacional. Prueba de la importancia de esta industria en Cataluña es el hecho que su facturación supone casi la mitad del volumen global de facturación editorial de España en el mercado interior. Además, el libro concentra prácticamente el 70% de los bienes culturales exportados por Cataluña, con un volumen de facturación de productos editoriales de 344 millones de euros en 2009 y ha importado por un valor de 121 millones de euros<sup>15</sup>, con una balanza comercial positiva de 223 millones de euros.

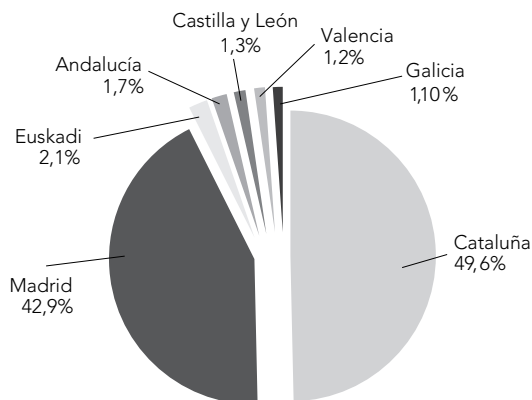
El número de editoriales ha crecido entre 2005 y 2009, mientras que el número de trabajadores, que se había mantenido por encima de los 6.300 durante los últimos años, ha caído a 5.233 en el año 2009. Aunque este año también presenta un descenso, la facturación editorial se sitúa en los 1.588 millones de euros, 35 menos que en 2008 y 74 menos que en 2007<sup>16</sup>.

<sup>14</sup> En el momento de terminar este artículo el Departamento de Cultura de la Generalitat de Cataluña ha anunciado un acuerdo con *Majors* y exhibidores que desbloquean su desarrollo.

<sup>15</sup> Datos del Instituto de Estadística de Cataluña. Estadísticas de comercio exterior. 2009.

<sup>16</sup> Los datos se refieren a editoriales agremiadas.

Gráfico nº 5. **FACTURACIÓN EN EL MERCADO INTERIOR DE LAS EDITORIALES ASOCIADAS A LOS GREMIOS POR COMUNIDAD AUTÓNOMA. 2010**  
(en %)



Fuente: Comercio Interior del Libro en España 2010. Federación de Gremios de Editores de España.

Cuadro nº 6. **INDICADORES DE DIMENSIÓN DE LAS EDITORIALES EN CATALUÑA. 2005-2009**

|                                                    | 2005     | 2006     | 2007     | 2008     | 2009     |
|----------------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| Número de editoriales                              | 260      | 278      | 296      | 306      | 301      |
| Trabajadores                                       | 6.393    | 6.541    | 6.606    | 6.336    | 5.233    |
| Títulos en catálogo                                | 136.556  | 152.091  | 161.034  | 166.437  | 175.110  |
| Facturación en el mercado interior (millones de €) | 1.569,31 | 1.603,22 | 1.662,57 | 1.623,84 | 1.588,40 |

Fuente: Comercio Interior del Libro en Cataluña, 2009. Gremio de Editores de Cataluña.

El nivel de producción de las editoriales catalanas es alto, acorde con la dimensión de la industria. Así entre 2005 y 2009 la media de títulos editados es de 31.821 títulos y 175 millones de ejemplares anuales lo que representa una tirada media de 5.497 ejemplares por título. Este dato se debe considerar no sólo como un indicador de una producción potente vinculada a un sector de una dimensión significativa, sino que también expresa un desajuste en la demanda. La sobresaturación de la oferta de títulos acaba constituyendo una estrategia que permite un mayor margen para el ingreso gracias a determinados grandes éxitos. Aunque con algunas oscilaciones, la serie histórica permite comprobar la estabilidad productiva de esta industria en los últimos años.

**Cuadro nº 7. INDICADORES DE PRODUCCIÓN DE LAS EDITORIALES EN CATALUÑA**

|                          | 2005   | 2006   | 2007   | 2008   | 2009   |
|--------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Título editados          | 30.710 | 31.131 | 31.097 | 32.741 | 33.428 |
| Ejemplares (en millones) | 165,99 | 162,08 | 179,78 | 194,98 | 171,80 |
| Tirada media             | 5.405  | 5.206  | 5.781  | 5.955  | 5.139  |

Fuente: Comercio Interior del Libro en Cataluña, 2009. Gremio de Editores de Cataluña.

Finalmente, en relación a la industria del libro una de las especificidades de Cataluña es el mercado en lengua catalana. Un mercado reducido ya que según los últimos datos de hábitos lectores 961.000 personas son lectoras de libros en catalán, un 15% de la población total<sup>17</sup>. Por ello, la tirada media en catalán de los títulos editados (el 25,6% del total) es de 2.963 ejemplares, claramente menor que la media general. Así mismo, la facturación de los productos en catalán supone el 15,7% del total de ventas en el mercado interior de las editoriales. Como ya se ha apuntado, la viabilidad de algunos de las ediciones en catalán proviene del aprovechamiento de economías de escala con las ediciones en castellano.

**Cuadro nº 8. PESO DEL CATALÁN EN LOS PRINCIPALES INDICADORES DE LA INDUSTRIA EDITORIAL. 2009**

|                                     | % en catalán |
|-------------------------------------|--------------|
| Títulos en catálogo                 | 32,7         |
| Títulos editados                    | 25,6         |
| Tirada media en catalán             | 2.963        |
| Facturación de productos en catalán | 15,7         |

Fuente: Comercio Interior del Libro en Cataluña 2009, Gremio de Editores de Cataluña.

### 3.3. Las artes escénicas

El de las artes escénicas es un sector de larga tradición en Cataluña que, a lo largo de los años ha evolucionado hacia la generación de una industria con influencia más allá del propio territorio. En este sentido, el principal referente del sector desde la perspectiva privada es el grupo Focus, una empresa productora de teatro con vo-

<sup>17</sup> Datos del Barómetro de la Comunicación y la Cultura 2010.

cación internacional. De hecho, en julio del presente año, ha presentado un nuevo proyecto, Barcelona Internacionat Teatre (BIT), dirigido por Calixto Bieito, que pretende producir de forma regular espectáculos escénicos para el mercado internacional.

En cierto modo, el teatro y la danza de Cataluña viven un momento dulce desde la perspectiva de la creatividad. No son pocos los artistas que consiguen traspasar fronteras y recibir un importante reconocimiento. Aún así, el de las artes escénicas sigue siendo un sector de alta dependencia pública.

Desde la perspectiva de la exhibición, el número de salas ha crecido los últimos años hasta las 141 del 2009, como lo ha hecho el personal de sala, el presupuesto global, las representaciones, los espectadores y la recaudación. Es decir, todos los indicadores muestran una evolución positiva de las salas de teatro, danza y circo reflejo de la buena salud de la que goza actualmente el sector en la exhibición.

**Cuadro nº 9. INDICADORES DE LAS SALAS DE TEATRO, DANZA Y CIRCO**

|                             | 2006      | 2007      | 2008      | 2009      |
|-----------------------------|-----------|-----------|-----------|-----------|
| Número de salas             | 130       | 134       | 136       | 141       |
| Personal                    | 1.422     | 1.457     | 1.534     | 1.660     |
| Presupuesto (millones de €) | 144,3     | 159,6     | 171,3     | 193,3     |
| Representaciones            | 2.661     | 2.738     | 2.907     | 2.907     |
| Espectadores                | 2.626.758 | 2.839.311 | 3.142.628 | 3.131.876 |
| Recaudación (millones €)    | 50,8      | 59,0      | 68,5      | 68,2      |

Fuente: Estadísticas de Artes Escénicas 2006-2009. Departamento de Cultura de la Generalitat de Cataluña.

Las 214 compañías profesionales de teatro, danza y circo censadas hasta 2008 ocupan a 1.923 trabajadores entre personal artístico y técnico. Los ingresos en el 2006, el último año del que se disponen datos, fueron de 68,2 millones de euros y el total de representaciones de las compañías ha llegado a las 21.009 en el 2008. No se dispone de datos más actualizados por lo que no se puede reflejar la reducción de la contratación pública que se ha producido durante los últimos años y que ha afectado a la viabilidad de algunas de las compañías catalanas. En cualquier caso, la estrategia sectorial por la internacionalización de las compañías como mecanismo para conseguir una mayor rentabilidad de las producciones y que lleva años desarrollándose, se refleja en el aumento de las que han salido al extranjero hasta el 2006.

**Cuadro nº 10. INDICADORES DE LAS COMPAÑÍAS DE TEATRO Y DANZA**

|                                                  | 2004   | 2005   | 2006   | 2007*  | 2008*  |
|--------------------------------------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| Número de compañías de teatro y danza            | 86     | 118    | 120    | 209    | 214    |
| Personal                                         | 1.342  | 1.478  | 1.469  | 1.884  | 1.923  |
| Ingresos (millones de €)                         | 57,5   | 65,3   | 68,2   | -      | -      |
| Representaciones realizadas                      | 11.561 | 16.048 | 15.303 | 19.429 | 21.009 |
| Representaciones resto del estado %              | 22,1   | 22,6   | 17,0   | -      | 24     |
| Representaciones extranjero %                    | 6,7    | 4,8    | 6,2    | -      | 4      |
| Numero de compañías que han salido al extranjero | 58     | 79     | 82     | -      | -      |

Fuente: Estadísticas de Artes Escénicas 2006-2009. Departamento de Cultura de la Generalitat de Cataluña.

\* A partir del año 2007 se produce un cambio metodológico en el censo de las compañías.

No obstante, este tratamiento global del sector oculta una realidad caracterizada por su heterogeneidad. Esto se puede entender como un valor positivo desde la perspectiva de la riqueza creativa. Sin embargo, impide un análisis detallado en el que las distintas realidades se valoren desde los parámetros que les corresponden. De hecho, se trata de un sector en que conviven, sin una clasificación evidente, realidades empresariales maduras, con servicios públicos ejercidos desde el ámbito privado, hasta realidades asociativas de impacto comunitario.

### 3.4. Las artes visuales

El análisis del sector de las artes visuales desde una perspectiva industrial en Cataluña se reduce a la actividad de las galerías de arte, dado que de este sector es difícil obtener datos representativos de la producción de los artistas. Además, por el lado de la demanda no se recogen datos del número de visitantes a exposiciones aunque sí se conoce que el 30,4% de la población catalana ha asistido a alguna exposición durante el 2010<sup>18</sup>.

Las galerías de arte censadas el año 2006 eran 172, con una notable concentración en la ciudad de Barcelona (58%). Sus casi 33.000 m2 de exposición acogieron 1.448 exposiciones de 3.014 artistas. Siete de cada diez de estas galerías asistieron a alguna feria de arte y en total ocuparon a 422 empleados.

<sup>18</sup> Datos del Barómetro de la comunicación y la cultura 2010. El 30,4% de la población representa 1.954.000 visitantes a una exposición o más durante todo el año.

**Cuadro nº 11. INDICADORES DE LAS GALERÍAS DE ARTE DE CATALUÑA. 2006**

|                                                      | Cataluña | Barcelona | Resto de Cataluña |
|------------------------------------------------------|----------|-----------|-------------------|
| Número de galerías de Arte                           | 172      | 100       | 72                |
| Artistas que han expuesto                            | 3.014    | 1.288     | 1.726             |
| Personal en las galerías de arte                     | 422      | 283       | 139               |
| Número de exposiciones                               | 1.448    | 750       | 698               |
| Superficie (m <sup>2</sup> )                         | 32.969   | 22.215    | 10.754            |
| Galerías que han asistido a alguna feria de arte (%) | 71,6     |           |                   |

Fuente: Estadísticas de Galerías de Arte 2006. Departamento de Cultura de la Generalitat de Cataluña.

El mercado del arte español tiene su epicentro en Madrid en el que su principal referente es la Feria Internacional de Arte Contemporáneo ARCO, con lo que Cataluña y Barcelona ejercen un papel secundario a escala estatal. Según los últimos datos<sup>19</sup> el mercado español se ha visto dañado de forma importante por la crisis económica pasando de suponer un 0,6% del valor económico del mercado mundial al 0,1%. En global en 2010 este mercado ha movido 333 millones de euros en facturación; un 78% corresponde a galerías y el resto a casas de subastas.

### 3.5. La música

La música como industria cultural debe analizarse separando dos mercados que viven actualmente realidades muy distintas: la música en vivo y la producción discográfica. Durante los últimos años se había contrarrestado la crisis de la industria discográfica gracias al aumento de conciertos y público de la música en directo. Sin embargo, en los dos últimos años (2009 y 2010) esta tendencia ha cambiado: los ingresos han caído un 30% y la cifra de espectadores que había crecido un 46,2% desde 2005 ha caído un 20%<sup>20</sup>.

En relación a la producción discográfica, la industria musical catalana sólo representa, en porcentaje de facturación, el 6,9% del total de la industria de España, claramente dominada por las *majors*. En este marco, la pérdida de peso de las discográficas catalanas en el mercado se ha producido por un proceso de concentración de sellos en manos de las *majors*. Ejemplo de ello fue la venta de Vale Music, princi-

<sup>19</sup> Estudio sobre el Mercado del arte español realizado por precioyarte.com para la Unión europea.

<sup>20</sup> Datos del Anuario de la música y el espectáculo en los Países catalanes 2011 editado por el Grupo Enderrock en convenio con la Asociación profesional de representantes, promotores y *mánagers* de Cataluña (ARC).

pal discográfica del momento en Cataluña, a Universal Music Group en el año 2006. No obstante, una característica del sector musical es que, a diferencia del audiovisual, una parte significativa del producto que comercializan las *majors* es creación que genera el talento local.

Gráfico nº 6. **DISTRIBUCIÓN DE LA PRODUCCIÓN DISCOGRÁFICA ESTATAL SEGÚN PROCEDENCIA DE LA EMPRESA. 2009** (en % de facturación)



Fuente: Promusicae.

La evolución de la facturación de las discográficas catalanas durante los últimos años presenta un interesante cambio de tendencia, ya que en 2010 facturaron 15,6 millones de euros (en discos y digital) un 4,2% más que en el 2009. Es la primera vez desde el 2005 que la evolución de la facturación es positiva y contrasta con el descenso del mercado español, del 21%. Estas cifras sí que reflejan el nuevo fenómeno de los grupos catalanes (como Manel<sup>21</sup>, Amics de les Arts, Mishima o Antonia Font) que han hecho duplicar el porcentaje de personas que escuchan música en catalán desde el 2007 (hasta el 10%), además de conseguir un máximo histórico de discos (591) que incluyen una canción en catalán<sup>22</sup>.

### 3.6. La prensa

Cataluña no está al margen de la tendencia general de crisis de la prensa escrita. Una crisis de doble naturaleza que atiende, por un lado, a la crisis del modelo sectorial por el aumento de la importancia de las ediciones digitales, la inmediatez informativa de otros medios y otros elementos que han modificado la realidad comunicativa y, por el otro lado, a las repercusiones de la crisis económica que se han

<sup>21</sup> Su último disco *10 milles per veure una bona armadura* ha sido número 1 en ventas a nivel en todo el Estado durante dos semanas seguidas.

<sup>22</sup> Datos del Anuario de la música y el espectáculo en los países catalanes 2011 editado por el Grupo Enderrock en convenio con la Asociación profesional de representantes, promotores y managers de Cataluña (ARC).

traducido en un descenso de la contratación de publicidad<sup>23</sup> y de ventas de ejemplares que han situado en posición de riesgo de viabilidad empresarial a bastantes diarios españoles y catalanes<sup>24</sup>.

Aunque no existen datos concretos publicados para las cabeceras catalanas, el peso de éstas en el global del Estado permite afirmar que la tendencia negativa en cuanto a su situación económica es parecida a la que se da a nivel general. De hecho, algunas de las cabeceras históricas se han visto obligadas a importantes recortes de plantilla de hasta el 50% en algunos de los casos, y además ya se ha anunciado la fusión de algunas de ellas como el caso de *Avui* y *El Punt* bajo el nombre de *El Punt Avui*.

Entre las cabeceras propias de Cataluña, el liderazgo en difusión y número de lectores lo ostenta *La Vanguardia*, del Grupo Godó, con 800.000 lectores diarios, seguido de *El Periódico de Cataluña*, del Grupo Zeta. Cabe destacar que ambas cabeceras tienen versiones en castellano y catalán, una apuesta que ha supuesto un cambio importante: todos los diarios generalistas de pago con sede en Cataluña se publican en catalán o cuentan con versión en esta lengua. Entre las cabeceras de carácter estatal, la que consigue mayor difusión y número de lectores con una amplia diferencia con sus perseguidores es *El País*, del Grupo Prisa.

**Cuadro nº 12. DIFUSIÓN Y NIVEL DE LECTURA DE LAS PRINCIPALES CABECERAS CATALANAS Y ESTATALES EN CATALUÑA**

|           | Cabecera                 | Promedio difusión (1) | Lectores/día (2) |
|-----------|--------------------------|-----------------------|------------------|
| Catalanas | La Vanguardia            | 200.370               | 802.000          |
|           | El Periódico de Cataluña | 133.055               | 731.000          |
|           | Avui                     | 22.200                | 116.000          |
|           | El Punt                  | 20.057                | 184.000          |
|           | Ara                      | 17.819                |                  |
| Estatales | El País*                 | 54.795                | 247.000          |
|           | El Mundo*                | 18.826                | 81.000           |
|           | La Razón*                | 16.220                | 28.000           |
|           | Público*                 | 11.238                | 44.000           |
|           | ABC*                     | 10.045                | 21.000           |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de:

(1) OJD 2011 / \* Para las cabeceras estatales se detalla la difusión en Cataluña (2008).

(2) Barómetro de la comunicación y la cultura. 2011.

<sup>23</sup> En los primeros seis meses del 2011, la inversión publicitaria destinada a los medios de comunicación convencionales ha sido de un 5,9% menos que la del mismo periodo del año pasado.

<sup>24</sup> Según la Asociación de diarios españoles en el análisis Libro Blanco de la prensa diaria encargado a Deloitte, la venta bruta de publicidad desde 2007 a 2009 se ha reducido en un 42,9% y el resultado bruto de explotación ha descendido un 91,1%.

### 3.7. Otros sectores creativos

Además de los sectores tradicionalmente considerados como culturales, desde una perspectiva más amplia bajo el concepto de creatividad se pueden incluir en el marco de las industrias culturales a sectores que hasta el momento habían estado excluidos de este tipo de análisis.

En concreto, cada vez más los análisis sobre las industrias culturales y creativas incluyen sectores como el diseño, la arquitectura, la publicidad, los videojuegos y todos los servicios intensivos en conocimiento y alta tecnología. Respecto a estos últimos, según datos publicados por el EUROSTAT, Cataluña pasó del 2008 al 2009 de la décima a la séptima posición entre las regiones europeas con un total de 92.724 trabajadores ocupados en alta tecnología (el 2,91% de la población ocupada).

En relación al diseño existen pocos datos de carácter censal que permitan una descripción clara de su dimensión<sup>25</sup>. En cualquier caso, la importancia del sector no se debe exclusivamente a su dimensión sino que, sobre todo, debe establecerse por el efecto acelerador de la productividad y los beneficios en todos los sectores de la economía<sup>26</sup>. En este sentido, el diseño catalán y más específicamente el barcelonés, goza de un importante prestigio internacional asociando la marca Barcelona al diseño, la innovación y la modernidad.

Por su parte, el sector de la arquitectura pasa por momentos difíciles en Cataluña dado que sufre especialmente la crisis económica que se ceba en el sector de la construcción. Así, actualmente, más de una cuarta parte de los profesionales se encuentran en el paro con el agravante que sólo un 4,5% recibe el subsidio de desempleo<sup>27</sup>. Igualmente, este es un sector que ha dado nombres importantes en el panorama internacional con estudios de arquitectura catalanes que han recibido reconocimientos y premios en los principales eventos de arquitectura.

Respecto al sector de la publicidad Cataluña tiene una larga tradición y ha sido un referente europeo de prestigio aunque, actualmente, está pasando por un período de transición difícil ya que es víctima del proceso de concentración de las grandes empresas en Madrid que tienden a contratar a las agencias más próximas (las agencias catalanas han pasado de gestionar el 40% de la inversión publicitaria al 20%). Aún así, como dato esperanzador se puede apuntar que después de unos años de descenso de la con-

<sup>25</sup> Según el directorio de empresas de Barcelona Centro de Diseño en Barcelona (BCD) hay 350 empresas dedicadas a esta actividad y según el Directorio de profesionales de fomento de las artes decorativas (FAD) el número de profesionales en Barcelona es de 1.400.

<sup>26</sup> Según el estudio *Realidades y oportunidades. El diseño y la empresa en Cataluña*. (2009) Realizado por ICC Consultores por encargo del FAD, 8 de cada 10 empresas catalanas han implementado diseño en su organización entre los años 2005 y 2008 y puntúan con un 7,5 sobre 10 su utilidad.

<sup>27</sup> Datos del Primer Estudio sobre el sector de la arquitectura 2010 del Sindicato de arquitectos de Cataluña.

tratación publicitaria, en el año 2010 la inversión hecha por empresas de Cataluña ha crecido un 7% en relación al anterior llegando a 1.125 millones de euros<sup>28</sup>.

Finalmente, el de los videojuegos ha aparecido como un sector emergente que ha ido adquiriendo importancia en los últimos años y que, actualmente, factura en Cataluña 11 millones de euros y está compuesto aproximadamente por 42 empresas con 374 trabajadores. Cabe destacar que más de la mitad de estas empresas se fundaron en 2006 o años posteriores<sup>29</sup>.

En resumen, el análisis por sectores de las industrias culturales en Cataluña permite comprobar que la del audiovisual y la del libro son las industrias que muestran mayor peso económico y un nivel más alto de industrialización. Mientras las artes escénicas, las visuales y la música tienen situaciones de menor desarrollo desde esta perspectiva. Igualmente, Cataluña por tradición y por prestigio internacional se presenta como un territorio creativo con sectores que obtienen un importante reconocimiento como el diseño, la arquitectura, los videojuegos y la publicidad.

Como se ha podido apreciar en este breve repaso a la situación de cada uno de los sectores de las industrias culturales se trata de realidades muy distintas por dimensión y por las dinámicas propias de cada una de ellas. Por ello, aunque tiene sentido analizar de forma global el estado de las industrias culturales no deja de ser necesaria una aproximación específica. En general se aprecia que los sectores con mayor nivel de industrialización son los que se encuentran más internacionalizados, marcando una senda a seguir por el resto de sectores. Cataluña es un mercado reducido y aún más lo es el mercado en catalán. Por ello la internacionalización y la proyección en el mercado español se presentan como necesarias para conseguir una mayor sostenibilidad de las producciones culturales catalanas.

#### 4. POLÍTICAS DE APOYO A LAS INDUSTRIAS CULTURALES

En el año 2001 empezó su andadura el Instituto Catalán de las Industrias Culturales, tras un amplio consenso parlamentario que llevó a su creación. Este organismo<sup>30</sup> público adscrito al Departamento de Cultura del Gobierno de la Generalitat de Cataluña ha sido, desde entonces, el principal instrumento de apoyo a la industria cultural catalana participando en su Consejo de administración además de representantes de los sectores de la cultura, representantes de

<sup>28</sup> Según el Estudio de inversión publicitaria en Cataluña elaborado por la consultora Infoadex.

<sup>29</sup> Datos del estudio Análisis de los sectores emergentes de la cultura y la comunicación en Cataluña. 2009. encargado a la consultora *Get a Partner* por el Departamento de Cultura y Medios de Comunicación.

<sup>30</sup> La elaboración de este artículo coincide en el tiempo con los debates en el Parlamento de Cataluña de las llamadas Leyes Omnibus que entre otras muchas medidas amplían las competencias de este organismo y cambian su nombre para pasar a ser Instituto Catalán de la Creación y de las Empresas Culturales.

otros departamentos como el de Economía y Conocimiento, el de Empresa y Empleo, la Secretaría de Telecomunicaciones y Sociedad de la Información y de la Corporación Catalana de Medios Audiovisuales. Con su presencia en el Consejo de administración se pretende conseguir un alto grado de coordinación entre los diferentes departamentos de la Generalitat implicados en políticas de apoyo empresarial.

La creación del ICIC tenía como objetivo favorecer un importante cambio de paradigma en la relación entre los sectores de la cultura y la administración pública catalana. Se trataba de conseguir un cierto viraje para pasar de la cultura de la subvención a un apoyo a la industria cultural mediante nuevos mecanismos de financiación que tuvieran un impacto multiplicador en la generación de empleo y riqueza. La realidad es que, después de una década de funcionamiento de esta institución, aunque se han conseguido algunos logros, persiste un gran desequilibrio entre ambas fórmulas a favor de la subvención: un 84% de las ayudas directas al sector que gestiona el ICIC son en forma de subvención mientras que la línea de préstamos sólo supone el 16%.

Gráfico nº 7. **AYUDAS DIRECTAS A SECTORES CULTURALES. 2010**



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Memoria del ICIC. 2010.

En buena medida, se puede afirmar que las dinámicas sectoriales, muy acostumbradas a la subvención a fondo perdido, han influido de forma amplia dificultando el viraje anunciado. Algunos de estos sectores siguen mostrando una alta dependencia pública en la viabilidad de sus proyectos y no consiguen dar un salto hacia la sostenibilidad empresarial. Esta alta dependencia y la respuesta dada por parte de la Administración catalana se expresa en el importante volumen de presupuesto que el ICIC destina al apoyo a la producción, distribución, difusión y proyección de los distintos sectores de la cultura que, sumando las partidas de este tipo en las distintas áreas llegó a los 41,6 millones de euros en 2010.

**Cuadro nº 13. APOYOS EN FORMA DE SUBVENCIÓN. 2010**

| Área del ICIC                   | Línea de apoyo                                                                                                                                                                 | Concedido (€) | Otorgado (€) |
|---------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|--------------|
| Audiovisual                     | Formación, producción, difusión y promoción y mejora de infraestructuras                                                                                                       | 16.735.830    | 15.643.600   |
|                                 | Programa MEDIA Antena                                                                                                                                                          | 125.000       | 125.000      |
| Artes escénicas                 | Producción, difusión y promoción, ferias y muestras, mejora de infraestructuras                                                                                                | 2.264.804     | 7.657.505    |
| Música                          | Producción, difusión y promoción, festivales estratégicos y muestras, casas de la música, mejora de infraestructuras                                                           | 5.950.436     | 8.270.985    |
| Libro y artes visuales          | Libro: producción, difusión y promoción, ferias, festivales y mercados, soporte a la digitalización                                                                            | 3.759.360     | 3.759.360    |
|                                 | Artes visuales: difusión y promoción, ferias, festivales y mercados, soporte a la mejora de equipamiento tecnológico                                                           | 566.937       | 881.936      |
| Área de Desarrollo Empresarial  | Subvenciones                                                                                                                                                                   | 3.126.244     | 3.126.244    |
|                                 | Subvenciones consultoría cultura                                                                                                                                               | 74.576        | 74.576       |
|                                 | Aportación reintegrable                                                                                                                                                        | 222.800       | 222.800      |
| Área de promoción internacional | Asistencia a ferias, festivales y mercados culturales internacionales, creación de instrumentos de difusión de las IC, internacionalización de empresas y entidades culturales | 1.849.148     | 1.856.147    |
| TOTAL                           |                                                                                                                                                                                | 34.675.135    | 41.618.153   |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Memoria del ICIC. 2010.

Nota: Se han contabilizado aquí las subvenciones y la aportación reintegrable del Área de Desarrollo Empresarial, dado que aunque el ICIC pueda recuperar parte de la aportación no existen mecanismos o condiciones para garantizarlo, de forma que se puede convertir, si no se retorna, en un apoyo asimilable a la subvención aunque sin concurrencia pública.

Por otro lado, las diferentes propuestas o «productos» que ha lanzado el ICIC para conseguir un trato industrial vinculado a las necesidades de financiación del sector de la cultura han tenido un éxito dispar. Sólo los préstamos directos, de los que en 2010 fueron otorgados 8 millones de euros (ver cuadro nº 14), han conseguido una cierta repercusión. Se debe remarcar, en este sentido, que los dos sectores que gozan de un mayor nivel de industrialización, audiovisual y libro, son los que mayormente se benefician de este tipo de ayudas.

**Cuadro nº 14. APOYOS EN FORMA DE PRÉSTAMO. 2010** (en euros)

| Sector          | Concedido (€) | Otorgado (€) |
|-----------------|---------------|--------------|
| Audiovisual     | 5.560.908     | 4.258.752    |
| Artes escénicas | 1.522.501     | 1.500.000    |
| Artes visuales  | 19.200        | 0            |
| Libro           | 2.374.500     | 2.269.500    |
| Música          | 633.047       | 0            |
| Total           | 10.110.156    | 8.028.252    |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de la Memoria del ICIC. 2010.

Nota 1: El ICIC también concede créditos a medios de comunicación. Aquí no están contabilizados dado que las subvenciones a medios de comunicación dependen de otros departamentos y no permitiría comparar las subvenciones con los préstamos del ICIC.

Nota 2: La diferencia entre las cantidades concedidas y las otorgadas se debe a que el convenio del ICIC con el Instituto Catalán de Finanzas (ICF) incorpora requisitos que algunos de los proyectos con préstamo concedido del ICIC no se cumplieron frente al ICF.

Por su parte, algunas de las líneas de apoyo a la industria cultural como el Crédito Cultura han tenido un impacto reducido. En 2010 el volumen crediticio de este programa fue de 668.741 €. Éste es un programa que parte de un convenio entre el ICIC y entidades financieras: éstas se comprometen a atorgar créditos a empresas culturales en unas condiciones beneficiosas y el ICIC subvenciona los intereses.

El importante peso de las subvenciones a la industria de la cultura y la comunicación que se da en el ICIC también se produce desde otros Departamentos de la Generalitat de Catalunya aumentando aún más el diferencial entre apoyos directos en forma de subvención con los de financiación. Así, en el 2009 la Secretaría de Medios de Comunicación concedió 35 millones de euros en subvenciones para actividades y para inversiones mientras que el ICIC concedió préstamos a medios de comunicación por valor de 0,4 millones de euros. Además, debe tenerse en cuenta que el Consejo Nacional de la Cultura y de las Artes concedió ese mismo año subvenciones a los sectores de la cultura por un valor de 9,8 millones de euros<sup>31</sup>.

<sup>31</sup> Datos de la Memoria del Departamento de Cultura y Medios de Comunicación de la Generalitat de Cataluña 2009.

En resumen, tanto desde el ICIC como desde otras áreas del Gobierno de la Generalitat se desarrollan instrumentos de apoyo a los sectores culturales y de la comunicación, y a sus industrias que mantienen una lógica claramente orientada a la subvención. Estas ayudas son vitales para el mantenimiento de la actividad empresarial en el sector cultural pero no se han desarrollado suficientemente políticas industriales que consigan el cambio de paradigma buscado en la relación entre las industrias culturales y la administración pública.

Si llevamos el argumento al límite, la propia existencia del ICIC explica las dificultades para llevar a cabo una política que supere las inercias de un sector como el cultural. En la medida que el objetivo final es homologar la relación de las administraciones con las industrias culturales y su funcionamiento con el resto de sectores productivos, la creación de un órgano específico puede parecer contradictoria. Y por ello, dicho órgano se acaba comportando de acuerdo con las lógicas culturales más que con arreglo a los mecanismos habituales en sectores «normalizados». Sin embargo, si se prescinde de una cierta sensibilidad sectorial vinculada a los contenidos culturales, las posibilidades del sector de adecuarse a un marco global son frágiles.

## 5. EL VALOR DE LA CREATIVIDAD: LOS RETOS DE FUTURO

Cada vez más el concepto de industrias culturales se está viendo superado por el de industrias creativas que, parece que se adecua más al cambio de modelo económico, en la sociedad occidental, de la economía industrial a la del conocimiento y la creatividad. De hecho, parece que la transición de un concepto a otro está en un estadio intermedio ya que cada vez es más habitual que agencias, eventos, publicaciones, etc. se presenten bajo el nombre de industrias culturales y creativas, incluyendo ambos conceptos.

Esta transición en la elaboración teórica se presenta como una respuesta tanto a las transformaciones económicas exógenas como a las de las propias industrias culturales. En efecto, poco tiene que ver la realidad actual de la economía y de las industrias culturales con la que existía en el año 1948 cuando Horkheimer y Adorno acuñaron el término industria cultural en su libro *Dialéctica de la Ilustración*. En este sentido, los cambios tecnológicos y la apuesta por la economía del conocimiento impulsaron al gobierno laborista en el Reino Unido, a finales de la década de los noventa, a situar a las industrias creativas como un activo para el desarrollo de una nueva economía, creando una nueva corriente conceptual.

Desde entonces hasta hoy se han utilizado alternativamente, como sinónimos, los conceptos de industrias culturales e industrias creativas aún haciendo referencia a realidades diferentes. Mientras el primer concepto suele referirse a los sectores del audiovisual, artes escénicas, artes visuales, libro, edición fonó-

gráfica y en muchos casos incluyendo medios de comunicación, el segundo incorpora también actividades económicas de forma más amplia cuyo valor nace de la creatividad. Pero más allá de debates etimológicos, el hecho es que el discurso y la práctica política así como las dinámicas sectoriales han superado los esquemas más cerrados del pasado.

Esta superación igualmente requiere que Cataluña, como realidad cultural, y las industrias culturales en particular den respuesta a los retos que de carácter general tienen por delante (ya que cada sector tiene los suyos atendiendo a sus singularidades). Entre estos retos se pueden identificar:

- La superación de los debates en relación a la inclusión o no de distintos sectores bajo el concepto de industrias culturales, estableciendo una estrategia compartida basada en un criterio de inclusión que consiga sumar y dimensionar a las industrias culturales como sector estratégico.
- La reformulación de mecanismos de apoyo a las industrias culturales con un especial acento al apoyo al emprendimiento en los momentos de consolidación de actividades económicas culturales y a las necesidades de financiación de los grandes proyectos, apostando así por la creatividad.
- La superación de la aversión que se mantiene en el sector cultural a hablar de industria, de productos y de mercado. Esta aversión aún permanece en el sector cultural y retrae las posibilidades de avanzar hacia un cambio de paradigma real que, sin rebajar la importancia social de la cultura, consiga poner en valor su importancia económica.
- La internacionalización, como se ha apuntado, se presenta como la solución a las limitaciones del mercado interno. El punto de partida es positivo dada la imagen y el prestigio de creadores de distintas disciplinas que se proyectan a nivel internacional aunque sigue siendo un reto importante de futuro.
- El crecimiento del mercado en catalán. Existen ejemplos suficientes de productos culturales en catalán que han conseguido grandes cuotas de mercado. En este sentido, la apuesta por la calidad combinada con un marco regulador y políticas de apoyo suficientes se muestran como caminos a seguir.
- La estructuración de los sectores y los mercados más débiles es necesaria para realizar un paso más en su proceso de industrialización. Es el caso, por ejemplo, de las artes visuales, la música y las artes escénicas que necesitan el crecimiento de festivales, ferias y eventos que permitan un mayor grado de comercialización de sus productos.

Finalmente, el principal reto tanto desde la perspectiva de la industria como desde la perspectiva pública es hacer crecer el mercado interno. Esto es: conseguir mejorar los indicadores de prácticas y consumo cultural en Catalunya mediante políticas concretas de promoción de estos hábitos y de reducción de las

barreras de acceso a la cultura. Porque, como en la mayoría de sectores de la economía, una demanda interna potente es la condición necesaria para el desarrollo de la industria.

Esta estrategia de carácter global se debe complementar con un cambio básico en cuanto a los destinatarios de las políticas concretas: el apoyo a la oferta debe dejar espacio al apoyo y la concentración de la demanda; no sólo con medidas generales de creación de hábitos sino también con instrumentos específicos de carácter económico.

Por último, es necesaria la reconversión para la capacitación en clave de recursos humanos. El talento del emprendedor se forma y es condición necesaria para el desarrollo del talento creativo. El nuevo paradigma digital, la globalización, las nuevas formas de producción y difusión, ya no son futuribles abstractos sino que constituyen necesidades de nuevas capacidades que garanticen la competitividad de las industrias culturales de Cataluña.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ADORNO, T.; HORKHEIMER, M. (1992): *Dialéctica de la Ilustración*, Taurus: Madrid.
- ASOCIACIÓN DE DIARIOS ESPAÑOLES (2010): *Libro Blanco de la Prensa Diaria*.
- BARÓMETRO DE LA CULTURA Y LA COMUNICACIÓN DE CATALUÑA (2010): *La dieta cultural de los catalanes*.
- CONSEJO NACIONAL DE LAS ARTES Y LA CULTURA (2011): *Informe sobre el estado de la cultura*.
- DEPARTAMENTO DE CULTURA DE LA GENERALITAT DE CATALUÑA (2002): *Libro Blanco de las Industrias Culturales de Cataluña*.
- 2010: *Estadístiques Culturals de Catalunya*.
- DEPARTAMENTO DE CULTURA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE LA GENERALITAT DE CATALUÑA (2010): *Memoria 2009*.
- ENDERROCK (2010): *Anuari Enderrock de la Música Catalana*.
- FEDERACIÓN DE GREMIOS DE EDITORES DE ESPAÑA (2010): *Comercio Interior del Libro*.
- FLORIDA, R. (2002): *The rise of the creative class. And how it's transforming work, leisure and Everyday Life*. Basic Books.
- 2009: *Les ciutats creatives*, Pòrtic, Barcelona.
- GET A PARTNER (2009): *Análisis de los sectores emergentes de la cultura y la Comunicación en Cataluña*. Departamento de Cultura y Medios de Comunicación de la Generalitat de Cataluña.
- GREMIO DE EDITORES DE CATALUÑA (2009): *Comercio Interior del Libro*.
- ICC CONSULTORES (2009): *Realidades y oportunidades, el diseño y la empresa en Cataluña*. Barcelona: FAD.
- INFOADEX (2011): *Inversión Publicitaria en Cataluña*.
- INSTITUTO CATALÁN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES (2011): *Memoria 2010*.
- INSTITUTO DE ESTADÍSTICA DE CATALUNYA (2009): *Estadísticas de Comercio Exterior*.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (2009): *Encuesta Anual de Servicios*.
- MINISTERIO DE CULTURA DEL GOBIERNO DE ESPAÑA (2010): *Anuario de las Estadísticas Culturales*.
- MINISTERIO DE CULTURA DEL GOBIERNO DE ESPAÑA (2010): *Cuenta Satélite de la Industria Cultural en España*.
- POPULATHION ETHOLOGHE (2010): *Top 100 languages*.
- PRECIYARTE.COM (2010): *El Mercado del Arte Español*.
- PROMUSICAE (2010) *Mercado Físico y Digital*.
- SINDICATO DE ARQUITECTOS DE CATALUÑA (2010): *Primer Estudio sobre el Sector de la Arquitectura*.
- SOLSONA, C.J. (2011): *Producción cinematográfica de Cataluña*. Universidad Pompeu Fabra.
- UNESCO (2002): *Declaración Universal sobre Diversidad Cultural*.

---

# *El proyecto global e histórico de Distrito 22@ de Barcelona*

En el presente artículo se describen los antecedentes, la justificación y la puesta en marcha del Distrito 22@ Barcelona, y se analizan los resultados conseguidos, especialmente, en las esferas del urbanismo y de la promoción económica. A continuación se hace referencia a la actividad cultural localizada en el distrito y, finalmente, se consideran los retos de futuro de este barrio barcelonés en el contexto de la actual crisis económica.

*Artikulu honetan Distrito 22@ Barcelona-ren aurrekariak, justifikazioa eta abiaraztea deskribatu dira, eta lortutako emaitzak aztertu dira, batez ere hirigintzarekin eta ekonomiaren sustapenarekin lotuta. Ondoren barrutiko kultura-jarduera aipatzen da eta, azkenik, Bartzelonako auzo horrek gaur egungo ekonomia-krisiaren testuinguruan dituen etorkizuneko erronkak aipatzen dira.*

This article outlines the background, the underlying reasons and the actual setting up of Distrito 22@ Barcelona, and analyses the results achieved, especially in the fields of urban planning and economic promotion. It then goes on to discuss the cultural activities based in this district of Barcelona before finally addressing the challenges for the future there in the context of the current economic crisis.

**Xavier Cubeles**

**Pere Muñoz**

**Jordi Pardo**

*Laboratorio de Cultura y Turismo de Barcelona*

*Media - Centro de Innovación*

## **Índice**

---

1. Antecedentes
2. Justificación y fundamentos
3. Puesta en marcha
4. Desarrollo del proyecto y situación actual
5. Actividad cultural en el 22@ de Barcelona
6. Crisis económica y las actividades culturales, creativas y otras relacionadas con las TIC en Barcelona
7. Consideración final

Referencias bibliográficas

Palabras clave: desarrollo económico local, desarrollo urbano, economía de la cultura.

Keywords: local economy development, urban development, economy of the culture.

Nº de clasificación JEL: L81, R11.

---

### **1. ANTECEDENTES**

Con la celebración de los Juegos Olímpicos de Barcelona en el año 1992, se concluía uno de los proyectos con un mayor impacto transformador de la ciudad del siglo XX. El momento coincidía con la finalización de un período de expansión económica y la irrupción en el municipio de la crisis que a inicios de la década de los noventa había empezado en otros países europeos.

Éste era, muy sintéticamente, el contexto en el que se gestó el proyecto del Distrito 22@ de Barcelona. Las circunstancias exigían dar respuesta a nuevos retos para el desarrollo de la ciudad mediante la definición de proyectos renovados de futuro. La experiencia reciente de los Juegos Olímpicos, no obstante, entrañaba el riesgo de dificultar la identificación de nuevas metas para la ciudad. La organización del mayor acontecimiento deportivo y mediático del mundo en el año 1992

fijaba un listón muy alto a las expectativas exigibles a las nuevas iniciativas que se pudieran plantear, tanto en relación con su impacto socioeconómico como de reconocimiento internacional.

La celebración de la cita olímpica en Barcelona debe enmarcarse como un paso decisivo de la estrategia de regeneración urbana iniciada a principios de la década de los ochenta con la constitución de los ayuntamientos democráticos. La candidatura barcelonesa para la celebración de dicho acontecimiento empezó su andadura en 1981, sólo dos años después de las primeras elecciones democráticas, y se concibió desde el principio con la finalidad de modernizar íntegramente ciudad: urbanística, económica, social e incluso culturalmente (es decir, más allá de la mera organización del evento deportivo). Por lo tanto, la estrategia a seguir después del año 1992 era esencialmente la misma, y la cuestión clave a resolver consistía en elegir nuevos objetivos de intervención debidamente ajustados a las circunstancias de la etapa posterior a las olimpiadas.

La necesidad de formular un plan a largo plazo para la ciudad post-olímpica ya se había evidenciado pocos años antes, con la aprobación en 1990 del primer Plan estratégico económico y social Barcelona 2000, impulsado por el alcalde Pasqual Maragall. Esta tarea había sido abordada por la Asociación Plan Estratégico de Barcelona, una organización promovida por el Ayuntamiento de Barcelona que contaba con la participación de las instituciones y agentes económicos y sociales más relevantes del municipio. Después del año 1992, esta plataforma continuó actuando como espacio de reflexión, debate y consenso con el propósito de definir las estrategias de impulso de la ciudad desde una perspectiva integral, y sobre la base de fomentar la colaboración pública y privada en el desarrollo de las iniciativas planteadas.

En la revisión del Plan realizada el año 1994 se establecía como Línea estratégica número 1 la de «Facilitar los procesos de adaptación de los sectores económicos del área de Barcelona a los requerimientos de la economía internacional». Para la puesta en marcha de esta estrategia se proponían actuaciones «en los campos de la formación y de la tecnología y de la eficiencia de los servicios públicos y privados de la ciudad».<sup>1</sup>

Una de las iniciativas que surgieron de dicho Plan fue el denominado Pacto industrial de la región metropolitana de Barcelona, una asociación territorial creada el año 1997 por administraciones locales, organizaciones sindicales, empresariales y un amplio conjunto de entidades y organismos vinculados al desarrollo económico y a la promoción del empleo. Sin duda, el trabajo de esta plataforma contribuiría decisi-

<sup>1</sup> Actuaciones basadas en los antecedentes y la evolución del Plan Estratégico de Barcelona, que en el año 2003 pasaría a convertirse en el 1º Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona con la participación de los 36 municipios que conforman el área metropolitana de Barcelona (ver <[http://www.pemb.cat/es/que-es/antecedents\\_pla\\_estrategic.aspx](http://www.pemb.cat/es/que-es/antecedents_pla_estrategic.aspx)>).

vamente a la conceptualización de las estrategias de desarrollo del Distrito 22@. Este esfuerzo quedó plasmado en el libro «La ciudad digital», promovido por el *Pacte Industrial*, que recopila las principales aportaciones realizadas:

- Por un lado, y en palabras de Joan Majó, Presidente del Consejo General del Pacto industrial de la región metropolitana de Barcelona, «queremos preservar y confirmar el carácter industrial de la región de Barcelona; pero una región industrial en los inicios del siglo XXI no tiene nada que ver con lo que era una región industrial hace cien años y, por lo tanto, las políticas públicas y privadas que ahora son necesarias serán efectivas si se entiende bien lo que será la actividad económica en los próximos años y se adaptan a ella». Joan Majó sería Presidente de la Sociedad 22 ARROBA BCN de noviembre 2002 a febrero de 2004.
- Por otro lado, el documento formula propuestas concretas con el objetivo de «definir el conjunto de condiciones de entorno para determinadas áreas de la región metropolitana de Barcelona, que conjuguen las necesidades y las ventajas de las tecnologías de la información con el desarrollo sostenible, de manera que actúen como dinamizadoras de los nuevos sectores productivos a la vez que de modelos para la nueva sociedad del conocimiento». Los trabajos de elaboración de los contenidos del libro «La ciudad digital» fueron dirigidos por Miquel Barceló, quien sería Presidente de la Sociedad 22 ARROBA BCN de febrero de 2004 a septiembre de 2007.

Con la aprobación del III Plan Estratégico de Barcelona la primavera del año 1999, el proyecto del Distrito 22@ Barcelona quedaba finalmente explicitado en su Línea estratégica 3, que proponía «facilitar la evolución hacia la ciudad del conocimiento promoviendo nuevos sectores de actividad en un marco de eficiencia y de participación para garantizar una calidad de vida estable y el progreso de sus ciudadanos». Así mismo, bajo el título «Un diseño urbano para el siglo XXI», se especificaban dos medidas concretas relacionadas con dicha intervención:

- «Crear una área de nueva polaridad científico-técnica en el eje Sagrera / Mar / Poblenou de 500 hectáreas relacionadas y conectadas con las otras áreas de Barcelona y de la región metropolitana de Barcelona».
- «Estudiar modificaciones en los conceptos de la planificación y la zonificación urbana para mejorar la continuidad entre las partes de un barrio y su cohesión espacial y social. En este sentido, debería estudiarse la posibilidad de establecer una nueva zona —22@— para las actividades del conocimiento que asegure la competitividad en términos de costes en el ámbito europeo (sin que ésto signifique una reducción del suelo industrial actualmente vigente), que facilite claramente la ubicación de nuevas actividades y, que en definitiva, favorezca la aparición de nuevos yacimientos de empleo».

## 2. JUSTIFICACIÓN Y FUNDAMENTOS

La justificación y los fundamentos a partir de los cuales se ha desarrollado el Proyecto 22@ se pueden sintetizar en los cuatro apartados siguientes:

- a) Dar continuidad al proceso de regeneración urbanística iniciado con la construcción de la Villa Olímpica, que había comportado una profunda transformación de la fachada litoral de la ciudad, completando así la recuperación de la zona colindante del núcleo histórico del barrio del Poblenou.
- b) Promover la modernización del tejido económico del municipio, en un momento en el que muchas actividades industriales tradicionales de la ciudad habían entrado en declive.
- c) Fomentar el desarrollo social de la zona del Poblenou, tanto en lo referente a las personas o colectivos residentes del distrito 22@, como de los profesionales que trabajaran en él.
- d) Impulsar el proyecto sobre la base de una sólida estrategia de colaboración público – privada, dados los buenos resultados que se habían obtenido mediante esta fórmula en otras iniciativas clave de desarrollo de la ciudad los años precedentes (como por ejemplo, los mismos Juegos Olímpicos de 1992).

Por un lado, y desde una perspectiva urbanística, se planteaba la necesidad de completar la recuperación del Poblenou. Con la organización de los Juegos se habían construido las rondas de Barcelona (que habían proporcionado a esta zona una excelente conectividad con la región metropolitana, el puerto y el aeropuerto), se habían recuperado las playas para su uso urbano, y se había construido el nuevo barrio de la Villa Olímpica. Así mismo, el mes de febrero de 1999 se había abierto el último tramo de una de las principales vías de la comunicación de la ciudad (la avenida de la Diagonal, conectando la plaza de las Glorias con el recinto del Fórum), que permitía mejorar la comunicación del barrio del Poblenou con el centro de negocios de la ciudad. Para adecuar la intervención urbanística a los retos del siglo XXI, se acordó igualmente tomar como modelo el de la ciudad compacta y sostenible.

Por otro lado, y desde una óptica económica, la zona del Poblenou se encontraba en una profunda situación de crisis. Este área era conocida como el Manchester catalán, ya que había sido protagonista de la revolución industrial de Cataluña. A mediados del siglo XVIII empezó la actividad textil en el barrio, y durante el siglo XIX se expandió el proceso de actividad industrial en la zona. De 1940 a 1964, se produjo un nuevo impulso del Poblenou con el establecimiento de empresas de los sectores de la metalurgia y del automóvil. No obstante, a mediados de la década de los sesenta se abrió una etapa de progresivo declive de la actividad económica del barrio, en buena parte por la potenciación de la Zona Franca de Barcelona. A partir de entonces, en el Poblenou se instalaron principalmente empresas relacionadas con

los servicios logísticos y de transporte. En este escenario de decadencia, se planteó la necesidad de una reconversión de la actividad económica del barrio coherente con los retos que la ciudad de Barcelona tenía globalmente (CESB, 2007)). Más concretamente, «desde finales de los años ochenta, Barcelona experimentaba un cambio económico fundamental: el tránsito de una economía industrial clásica hacia una economía basada en el conocimiento» (Trullén, J., 2003).

En tercer lugar se ha señalado la dimensión social del proyecto, plenamente coherente con el modelo de ciudad compacta y sostenible adoptado. Así se planteaba la intervención en el barrio con el objetivo de «facilitar la mezcla de usos y de dar prioridad a la calidad de vida, en contraposición al modelo de la ciudad difusa resultado de la ciudad industrial» (Barceló M., 2002). Por un lado, se proyectó la potenciación de las viviendas en el Poblenou (incluyendo la promoción de viviendas de protección oficial), permitiendo vivir cerca del puesto de trabajo y favoreciendo el desarrollo del comercio de calidad. Por otro lado, se contempló la dotación de un espacio público de calidad en el distrito, mediante la creación de nuevas zonas verdes y espacios públicos, y reduciendo la contaminación acústica y medioambiental en el Poblenou. En definitiva, se concibió el territorio como un espacio donde empresas, universidades, centros de investigación y de formación deberían convivir con viviendas, equipamientos y zonas verdes.

Por último, la estrategia de desarrollo urbano de Barcelona se fundamentaba en una particular «visión general de la interacción entre sector público y privado», que se había mostrado eficaz en otras iniciativas de la ciudad y, «sobre todo, como consecuencia del proceso de organización de los Juegos Olímpicos». Es decir, se partía de «un modo diferente de concebir las relaciones entre la administración pública y el sector privado en términos de desarrollo económico local» (Solé Tura, J., Subirats J., 1994), que influiría decisivamente sobre la conceptualización del Proyecto 22@. Por un lado, la iniciativa parte del «atractivo que un área de estas características tiene para la inversión privada» y, por el otro, de «la creación de un patrimonio público de suelo destinado esencialmente a dotaciones urbanas» (CESB, 2007).

### 3. PUESTA EN MARCHA

El proyecto del Distrito 22@ se puso en marcha bajo el mandato del Alcalde Joan Clos (1997-2006) que sería el primer presidente de la Sociedad 22 ARROBA BCN, desde su fundación en noviembre del año 2000 a octubre de 2002. Sin duda, se trataba de una apuesta arriesgada que no era plenamente compartida por todos los agentes de la ciudad pero que, en palabras del alcalde Clos, pareció ser «la apuesta estratégica mejor para Barcelona».<sup>2</sup>

<sup>2</sup> Entrevistas a los Presidentes del 22aroba de Barcelona, <<http://www.youtube.com/watch?v=46DubibVBTI&feature=related>>.

En concreto, hubo dos acciones que fueron determinantes para el inicio del proyecto:

- a) Por un lado, la revisión del Plan General Metropolitano de Barcelona, que fue aprobado el mes de julio del año 2000.
- b) Por otro lado, la creación de la sociedad privada municipal 22 ARROBA BCN, S.A.U., constituida el mes de noviembre del mismo año 2000.

El Plan General Metropolitano de Barcelona del año 1976, vigente hasta el año 2000, identificaba las áreas con predominio de actividad manufacturera en el centro de la ciudad como zonas 22a. La necesaria revisión de este marco normativo supuso la renovación de las áreas industriales del Poblenou modificando la antigua calificación urbanística de 22a por la moderna de 22@, que indicaba claramente la orientación del cambio a impulsar: la economía del conocimiento. Concretamente, en el área 22@ se establecen incentivos para la transformación del territorio mediante la atracción de actividades@ y, la creación de una nueva cualificación de equipamiento 7@ que ha permitido construir las infraestructuras del conocimiento.

Por un lado, de acuerdo con la Modificación del Plan General Metropolitano de Barcelona para la renovación de las áreas industriales del Poblenou aprobado el año 2000, las actividades@ son características de la zona clave 22@ e incluyen las actividades emergentes relacionadas con el nuevo sector de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC), y aquellas que, con independencia del sector económico concreto al que pertenezcan, estén relacionadas con la investigación, el diseño, la edición, la cultura, la actividad multimedia, la gestión de bases de datos y el conocimiento. Concretamente, las actividades@ tienen las siguientes características (ver, para más detalle, el cuadro nº 1):

- a) Utilizan procesos de producción caracterizados por el uso intensivo de medios de nueva tecnología.
- b) Disponen de una alta densidad ocupacional (número de trabajadores o usuarios/superficie).
- c) Generan un alto valor añadido.
- d) Están directamente relacionadas con la generación, procesamiento y transmisión de información y de conocimiento.
- e) No son contaminantes ni molestas y pueden desarrollarse en medios urbanos centrales.

Por otro lado, el artículo 13 del nuevo Plan Urbanístico Metropolitano de Barcelona define los denominados Equipamientos 7@ a partir de los siguientes usos: actividades permanentes de formación, de divulgación de las nuevas tecnologías, y actividades productivas privadas relacionadas con la formación en el campo de las TIC. En concreto, el citado plan prevé que aproximadamente un 10% del suelo

transformado pase a ser de titularidad pública y se destine mayoritariamente a dotaciones vinculadas a equipamientos 7@.

**Cuadro nº1. RELACIÓN DE ACTIVIDADES@ SEGÚN EL PLAN URBANÍSTICO METROPOLITANO DE BARCELONA. 2000**

**Tecnologías de la Información y la Comunicación**

- Fabricación de ordenadores y otros equipos informáticos.
- Fabricación de consumibles informáticos.
- Fabricación de sistemas de telecomunicaciones (centrales telefónicas, sistemas de control de la red, sistemas de comunicación móvil o vía satélite,...).
- Fabricación de equipos de telecomunicaciones (terminales y aparatos).
- Fabricación de cables de telecomunicaciones (cobre, fibra óptica).
- Fabricación de materiales electrónicos; fabricación de equipos y aparatos de radio, televisión y comunicaciones.
- Reproducción de soportes grabados.
- Desarrollo, producción, suministro y documentación de programas informáticos.
- Producción de software de gestión, control e inteligencia de redes de telecomunicaciones.
- Radiodifusión y telecomunicaciones.
- Desarrollo de la transmisión por cable.
- Sector Internet: conexión a la red, alojamiento y desarrollo de Webs, comercio electrónico, etc.
- Sector multimedia: televisión interactiva y otros.
- Sector editorial de publicaciones en papel (edición de diarios, revistas).
- Sector audiovisual.

**Servicios**

- Procesamiento de datos.
- Actividades relacionadas con el correo electrónico.
- Actividades relacionadas con bases de datos:
- Prestación de servicios de valor añadido (correo electrónico, intercambio electrónico de datos, EDI transferencia electrónica de fondos -EFT- videoconferencia).
- Suministro digital de bienes y servicios digitalizados.
- Mantenimiento y reparación de equipos informáticos: prestación de servicios técnicos -hot-lines (línea directa), ayuda, mantenimiento, outsourcing, servicios post-venta.
- Otros servicios de telecomunicaciones: actividades relacionadas con la telefonía móvil, las comunicaciones por satélite y sus aplicaciones a otros sectores.
- Servicios para la creación de nuevas empresas.
- Otras actividades terciarias basadas en el conocimiento y que mejoren la competitividad, según *Tableau de bord de l'OCDE, de la Science, de la Technologies et de l'Industrie 1999: «Mesurer les économies fondées sur le savoir»*.

**Centros de saber**

- Centros de formación superior (formación profesional, academias,...).
- Universidades y centros de formación continuada.
- Centros de investigación (I+D, públicos o privados).
- Equipamientos culturales (museos, bibliotecas...).
- Asociaciones profesionales.
- Centros de información, documentación y asesoría.
- Editoriales y empresas de creación audiovisual.
- Empresas usuarias intensivas de conocimiento.
- Actividades artísticas o de gestión cultural.

En relación con este punto debe hacerse igualmente referencia a la aprobación del Plan Especial de Infraestructuras (PEI), cuya finalidad era dotar al distrito de modernas redes de energía, telecomunicaciones, climatización centralizada y recogida selectiva de residuos.

La segunda actuación de carácter decisivo en la puesta en marcha del 22@ fue la creación de la sociedad privada municipal 22 ARROBA BCN, S.A.U., un ente con personalidad jurídica propia y con competencias suficientes para impulsar el proyecto y con los siguientes objetivos (CESB, 2007):

- a) Por un lado, en el ámbito urbanístico, el desarrollo y la ejecución de cualquier tipo de actuaciones urbanísticas referidas a las áreas económicas de la ciudad con la cualificación urbanística 22@ (planeamiento, gestión, elaboración de proyectos de ejecución, diseño, construcción y gestión de infraestructuras, servicios urbanos y espacios públicos).
- b) Por otro lado, el impulso de misiones de promoción nacional e internacional de las áreas industriales y productivas citadas, así como de actuaciones para la creación y atracción de empresas y actividades vinculadas a las tecnologías de la información y la comunicación.

La canalización de la gestión del proyecto a través de dicha sociedad ha permitido disponer de una estructura organizativa muy profesionalizada e independiente, que ha asegurado una gestión integral de sus dos dimensiones más características: el urbanismo y las actividades intensivas en conocimiento.

#### 4. DESARROLLO DEL PROYECTO Y SITUACIÓN ACTUAL

El desarrollo del proyecto 22@ Barcelona se ha estructurado en dos grandes fases (Ayuntamiento de Barcelona, 2010):

- a) Impulso de la renovación urbana: la esfera de actuación urbanística tuvo un carácter fundamental y prioritario desde el inicio del proyecto el año 2000 hasta el 2005. Sin duda, el ambicioso proceso de reconversión de una zona en declive para crear un entorno urbano diverso y equilibrado requirió centrar la mayor parte de las intervenciones en este ámbito durante los primeros años.
- b) Impulso de la renovación económica, social y cultural: En el año 2005 se contabilizaban (tan solo) en la zona 250 empresas e instituciones, aproximadamente. Consecuentemente, una vez se había consolidado el impulso inicial de las intervenciones urbanísticas, el 22@ Barcelona abrió una nueva fase de vigoroso desarrollo en los ámbitos económico, social y cultural. Para ello, se desarrollaron proyectos dirigidos a crear áreas de excelencia europea en diversos sectores donde se consideraba que Barcelona podía alcanzar un liderazgo in-

ternacional: el audiovisual, las TIC, las tecnologías médicas, la energía o el diseño. La estrategia seguida ha consistido en el impulso de *clusters* en el territorio para favorecer la concentración de empresas, organismos públicos y centros científicos y tecnológicos de referencia en estos ámbitos estratégicos de conocimiento. En concreto, se configuraron de inicio los cuatro *clusters* siguientes: Media, Bio-Tecnologías médicas, TIC y Energía. El año 2008 se inició una nueva línea de actividad en un quinto sector estratégico: el diseño.

Cada uno de estos *clusters* se halla en diferentes estadios de evolución. En este sentido, debe señalarse que 22@ ha colaborado en la creación de centros de transferencia tecnológica que ejercen de instrumentos de cooperación entre la investigación (las universidades) y las empresas: el Centro de Innovación Barcelona Media, el CTIC-Fundación Barcelona Digital, el Centro Tecnológico de Tecnologías Médicas, o el IREC-Instituto de Investigación en Energía de Cataluña.

Los resultados conseguidos en el ámbito del urbanismo por el proyecto 22@ de Barcelona en sus diez años de existencia (diciembre de 2010), se pueden resumir en los términos siguientes (Ayuntamiento de Barcelona, 2010):

- Renovación de aproximadamente el 65% de las áreas industriales de Poblenou.
- 117 planes aprobados definitivamente, de los cuales 78 (el 66,7%) han sido promovidos por el sector privado. El conjunto de planes aprobados incluye 2.830.596 m<sup>2</sup> de techo, 136.837 m<sup>2</sup> de suelo de equipamientos, 119.720 m<sup>2</sup> de suelo para espacios libres y cerca de 3.000 viviendas con algún régimen de protección pública.
- Construcción de 82.137 m<sup>2</sup> de techo sobre rasante para equipamientos como, por ejemplo, Ca l'Aranyó / Universitat Pompeu Fabra, el edificio Mediacomplex, Can Jaumandreu, CEIP Llacuna.
- Ordenación del 70% de las viviendas protegidas previstas. 892 viviendas construidas y 521 en construcción, que suponen un total de 1.413 y cuentan con licencia concedida 107 viviendas más. Estas 1.520 viviendas, más las 521 viviendas con gestión aprobada suponen el 51% de las 4.000 previstas en la Modificación del Plan General Metropolitano.
- Ocho zonas verdes públicas que suman 21.898 m<sup>2</sup>, de las cuales 6.724 m<sup>2</sup> están en construcción y 25.490 en proyecto.
- 5.063 metros lineales de nuevos colectores, 50 galerías construidas y 3 en ejecución.
- 12.700 metros lineales de calles reconstruidas, del total de 37 km.

En el ámbito de la actividad económica, según los datos proporcionados directamente por el propio ayuntamiento relativa a la situación del proyecto en junio del año 2011, cabe añadir la siguiente información:

- Localización en el distrito de 10 centros universitarios (de la Universitat de Barcelona, la Universitat Pompeu Fabra y la UOC-Universitat Oberta de Catalunya) con más de 25.000 estudiantes, y de 12 centros de I+D y de transferencia tecnológica.
- El distrito de la innovación 22@ concentra 7.064 empresas y unos 4.400 autónomos. El total de empresas existente supone un 105,5% más que en el año 2000, cuando había 3.437 empresas. El incremento es muy superior al registrado en la provincia de Barcelona (57,3%) y en el total de Cataluña (60%).
- Se estima que desde el año 2000 se han ubicado en la zona unas 4.500 empresas nuevas, una media de 545 nuevas empresas instaladas por año. El período más prolífico fue el comprendido entre 2003 y 2006.
- De las 4.500, un 47,3% son de nueva creación y el resto, traslados.
- El 27% del total de empresas de 22@Barcelona son intensivas en conocimiento y tres de cada diez empresas (31%) creadas a partir del año 2000 son de actividad intensiva en conocimiento o tecnología.
- La cifra estimada de trabajadores es de 90.000 personas (sin contabilizar a los autónomos), un 62,5% más que en el año 2000, lo que supone un incremento de 56.200 trabajadores. Por otro lado, el volumen de negocio global, no únicamente de las empresas de actividad @, asciende a unos 8.900 millones de euros anuales.

En la actualidad, el 22@ Barcelona es un modelo de referencia de transformación urbana, económica y social a escala internacional para ciudades como Río de Janeiro, Boston, Estambul o Ciudad del Cabo. Así mismo, ha recibido el reconocimiento de la Asociación Internacional de Parques Científicos y Tecnológicos (IASP), y también de la Red Mundial de Clusters (TCI).

A lo largo de estos años, los aspectos que han generado una cierta controversia política y social han sido, principalmente, los señalados en las propuestas que el Consejo Económico y Social de Barcelona (CESB, 2007) formuló en su Dictamen sobre el Proyecto Barcelona 22@. Concretamente, en dicho dictamen se resalta la necesidad de una «mayor protección del patrimonio histórico industrial, el mantenimiento de actividades económicas tradicionales y la mejora de la comunicación con los agentes sociales».

Respecto a la recuperación y conservación del patrimonio industrial de Poblenou, en 2006 se aprobó la modificación del catálogo de patrimonio de la ciudad de

Barcelona, con el objetivo de reconocer la importancia del Poblenou en el pasado industrial de la ciudad. Concretamente, a los 36 elementos industriales ya catalogados, se añadieron 68 nuevos elementos de los cuales siete (Can Ricart, la Escocesa, Can Gili Nou, Palo Alto, la Frigo, Ca l'Illa, Fàbrica Waldés), se propusieron como bienes culturales de interés local o nacional.

---

*Cuadro nº 2.* **EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE LA ZONA DEL 22@ DE BARCELONA**

229

En lo que fuera la antigua Vilanova del Mar de época medieval, una zona de arenales y marismas situada al norte de la Barcelona, se desarrolló un pequeño municipio denominado Sant Martí de Provençals. Allí se desplazaron en el siglo XVII las primeras fábricas de indianas, y posteriormente industrias de blanqueo y curtidos. Este crecimiento produjo el desarrollo de un núcleo periurbano, «el Poblenou» (el Pueblo nuevo) en las zonas del municipio más cercanas a Barcelona. Sant Martí de Provençals fue agregado al término municipal de Barcelona en 1897. Hoy día el Poblenou es un barrio con una personalidad específica, integrado en el distrito de Sant Martí de Provençals, y escenario vivo del desarrollo del distrito de la innovación conocido como 22@bcn.

La construcción de la primera línea de ferrocarril en España, en 1848, conectando la actividad portuaria de Barcelona con una línea costera hasta el municipio de Mataró, dotó a esta área de una infraestructura vital que impulsó su desarrollo. El Poblenou, al norte del puerto de Barcelona, fue el área de desarrollo de las actividades industriales incipientes que se beneficiaron de la existencia de dos líneas férreas con las que se conectó un *hinterland* industrial cercano con la actividad portuaria de la ciudad de Barcelona. Una segunda línea del ferrocarril de Barcelona a Granollers (1854), consolidó la buena ubicación de la zona y el papel de motor industrial del Poblenou. En su momento se le denominó el «Manchester catalán», o la «fábrica de España» en referencia al carácter pionero y al empuje y concentración de actividades industriales.

Hacia 1830 el establecimiento de actividades industriales en la zona fue incrementándose de forma exponencial. Entre 1860 y 1960, la actividad industrial tuvo su máximo exponente. Esta zona de alta concentración industrial fue uno de los motores económicos más importantes de España, y uno de los escenarios sociales más interesantes para comprender la industrialización en sus diferentes fases.

Posteriormente, a mediados de la década de los sesenta, con la crisis del sector textil, el Poblenou entró en un proceso de regresión y reconversión de actividades que no terminó hasta el desarrollo del proyecto 22@bcn, como distrito de innovación de Barcelona: una de las operaciones más interesantes de sustitución de tejido productivo y de regeneración urbana al servicio del desarrollo de la ciudad en su doble vertiente de espacio para trabajar y para vivir. Ese doble concepto: calidad de vida para vivir y trabajar, y competitividad y atractivo para fomentar la innovación en nuevas áreas de la actividad económica compatible con la residencia, han sido el alma conceptual de un proyecto de éxito, que ha sido reconocido internacionalmente. El distrito 22@ Barcelona ha supuesto la consolidación de un modelo de colaboración público-privada al servicio del interés general en el desarrollo urbano y la calidad de vida de sus ciudadanos.

## 5. ACTIVIDAD CULTURAL EN EL 22@ DE BARCELONA

Las actividades culturales han desempeñado un papel destacado en el desarrollo de Cataluña durante los últimos decenios. Obviamente, por su capacidad de generación de valor cultural (simbólico e ideológico), y también por su creciente contribución en la creación de riqueza económica y de puestos de trabajo, así como en la mejora del bienestar de la colectividad.

Barcelona y su área metropolitana ha sido, sin duda, el territorio en el que se han concentrado gran parte de las actividades culturales catalanes. Desde una perspectiva económica, durante los años 2006 y 2007 se observa que (Baró, E., Cubeles, X., 2008):

- Los sectores culturales del Área Metropolitana de Barcelona representaban un 75% de los ocupados y un 85% del Valor Añadido Bruto total de estas actividades en Cataluña.
- El sector del audiovisual era el que experimentaba una mayor concentración en el área metropolitana, con cuotas de más del 80% en ocupación y en el Valor Añadido Bruto del total de las actividades culturales catalanas.
- Barcelona constituye el núcleo principal de producción de contenidos culturales y creativos, mientras que las actividades de comercialización y difusión cultural están distribuidas en Cataluña de forma más o menos proporcional a la población.

La presencia de las actividades culturales en el distrito 22@ de Barcelona debe enmarcarse en este escenario de concentración de la actividad cultural en la capital y su entorno metropolitano. Respecto a ello, cabe señalar las siguientes cuestiones:

- «En particular, el sector del audiovisual es uno de los sectores económicos que más atención ha recibido en el distrito» (Parellada, M., Viladecans, E., 2008). Ello se concreta, por un lado, en el impulso del Parque Barcelona Media, un equipamiento con espacios destinados a la formación, la investigación, y la transferencia de tecnología en comunicación liderados por la Universitat Pompeu Fabra y el Centro de Innovación Barcelona Media, y otros dedicados a la producción audiovisual y a los servicios a la industria, promovidos por el Grupo Mediapro y la sociedad municipal 22@Barcelona. Por otro lado, también se ha constituido el Cluster Media, que tiene por objeto impulsar las actividades audiovisuales en el distrito (así como de otras industrias de la cultura y de la comunicación).
- A la vez, se han instalado en el distrito un número considerable de empresas e instituciones relacionadas con el sector audiovisual, entre las que deben destacarse el Consell Audiovisual de Catalunya, la Agencia EFE, Barcelona Televisió, Radio Nacional d'Espanya, MediaPro, RBA o Lavinia.

- También se localizan en el Distrito otras empresas del sector cultural, entre las que hay editoriales (encabezadas por la misma RBA y Enciclopedia Catalana), productoras y compañías de las artes escénicas (como Focus o la Fura dels Baus) y musicales.
- Igualmente, hay que hacer mención de la reciente localización de la sede de la Comisión del Mercado de las Telecomunicaciones (CMT) en el distrito.
- Según el Estudio de la Actividad Económica del Distrito 22@ Barcelona realizado por el Institut d'Economia de Barcelona de la Universitat de Barcelona, en mayo de 2007 se contabilizaron más de 500 empresas vinculadas al sector cultural y creativo en el área del 22@. Ello representaba aproximadamente el 20% del total de empresas identificadas. Esta información indica que «ya en los primeros años de puesta en marcha del proyecto, las actividades vinculadas al sector cultural y creativo participaron plenamente en la nueva realidad económica y social del barrio» (Parellada, M., Viladecans, E. 2008).

Además de la creciente presencia y actividad de empresas culturales y creativas en el Distrito del 22@ de Barcelona, en el área existen los siguientes equipamientos culturales:

- L'Auditori, el Teatre Nacional de Catalunya, y la nueva sede del Museo de Ciencias Naturales de Barcelona (el Museu Blau, en la zona del Fórum).
- Linguamón – Casa de las Lenguas, centro cultural y museístico cuya misión es acercar el mundo de las lenguas a los ciudadanos, mostrar la riqueza y diversidad lingüística y difundir las posibilidades que ofrecen.
- La sede del Disseny Hub Barcelona (DHUB), que es la integración de un museo, un centro y un laboratorio destinado a promover la comprensión y el buen uso del diseño.
- La Fundació Vila Casas, que en Can Framis alberga y exhibe la colección de arte contemporáneo de dicha institución.
- Espacios de referencia de la creación cultural contemporánea (en artes visuales y otras manifestaciones artísticas), como Hangar y L'Escocesa.
- El Centre Oliva Artés (en construcción) que será la sede del Museo de Historia la Ciudad de Barcelona (MUHBA) dedicada específicamente a la historia contemporánea de la ciudad.
- Centros cívicos y culturales de proximidad, como La Farinera del Clot, Can Felipa del Poblenou, el Centre Cívic de Sant Martí de Provençals y diversas bibliotecas públicas.
- Así mismo, Barcelona Activa también se ubica en el 22@. Ésta es la agencia de desarrollo local del Ayuntamiento de Barcelona, la cual alberga —entre

otras— las iniciativas de fomento y dinamización de las industrias culturales y creativas (mediante programas como Creamedia, de acompañamiento a la creación y crecimiento de empresas del sector de las industrias creativas en Barcelona).

Por último, señalar que el 22@ también promueve tres rutas de carácter turístico y cultural con el objetivo de facilitar a los visitantes el conocimiento del área del Poblenou. Estas tres rutas son las siguientes: Patrimonio histórico-artístico del Poblenou, Innovación tecnológica y empresarial, y Espacios públicos y culturales.

## 6. CRISIS ECONÓMICA Y LAS ACTIVIDADES CULTURALES, CREATIVAS Y OTRAS RELACIONADAS CON LAS TIC EN BARCELONA

La actual situación de crisis está afectando profundamente a la actividad económica de Barcelona, al igual que del resto de Cataluña y de la Unión Europea. Así, del año 2008 al 2010, la cifra total de trabajadores afiliados a la Seguridad Social (al régimen general y autónomos) del municipio se redujo un 4,7%. El impacto de la crisis es especialmente relevante en la Construcción donde dicha cifra disminuyó un 23,8%, y en la Industria con una caída del 15,5% (ver cuadro nº 3).

Los datos disponibles indican que el sector Servicios resiste mejor la actual recesión económica, aunque éste también experimenta una reducción de la cifra de trabajadores del 2,2% del año 2008 al 2010.

La evolución de la cifra de trabajadores afiliados a la Seguridad Social (2008-2010) de las principales actividades culturales, creativas y otras relacionadas con las TIC (ver cuadro nº 3) pone de manifiesto cuestiones que merecen reseñarse:

- Por un lado, hay actividades que del 2008 al 2010 han generado puestos de trabajo de forma destacable: Materiales y equipos electrónicos (+10,1%), Servicios de tecnologías de la información (+6,4%), Servicios de información (+33,7%), Investigación y Desarrollo (+16,2%), Otras actividades técnicas y profesionales, incluido el Diseño (+7,1%), Educación (+6,7%) y Bibliotecas y museos (+9,8%).
- Por otro, hay otras actividades que durante el mismo período han experimentado un retroceso importante: Artes gráficas y soportes grabados (-22,2%), Productos informáticos y electrónicos (-66,7%), Edición (-21,4%), y Cine y vídeo; grabación de sonido (-14,2%).

El número de trabajadores en las actividades analizadas se ha reducido del 2008 al 2010 requiere de un análisis pormenorizado; las causas de su decrecimiento pueden ser de naturaleza diferente. Por un lado, la disminución de los trabajadores en Artes gráficas y soportes grabados y en Edición puede explicarse principalmente por los efectos de la revolución digital en estas actividades (lo que pone de manifiesto la

necesidad de integrar las políticas de fomento de las TIC en la esfera de las políticas culturales). Por otro lado, las causas de la crisis en las actividades relacionadas con Productos informáticos y electrónicos parece que son de otra índole y, probablemente, relacionadas con el declive de las industrias manufactureras.

*Cuadro nº 3* **EVOLUCIÓN DE LOS TRABAJADORES AFILIADOS A LA SEGURIDAD SOCIAL EN BARCELONA SEGÚN ACTIVIDADES CULTURALES, CREATIVAS Y OTRAS RELACIONADAS CON LAS TIC. Años 2008 y 2010**

|                                    |                                            | Trabajadores afiliados a la Seguridad Social (Régimen general y Autónomos) |         |                        |
|------------------------------------|--------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|---------|------------------------|
| Actividad económica (CNAE 09)      |                                            | 2008                                                                       | 2010    | % variación interanual |
| 18                                 | Artes gráficas y soportes grabados         | 6.220                                                                      | 4.841   | -22,2                  |
| 26                                 | Productos informáticos y electrónicos      | 2.466                                                                      | 821     | -66,7                  |
| 27                                 | Materiales y equipos electrónicos          | 4.294                                                                      | 4.729   | 10,1                   |
| 58                                 | Edición                                    | 14.519                                                                     | 11.415  | -21,4                  |
| 59                                 | Cine y vídeo; grabación de sonido          | 4.595                                                                      | 3.943   | -14,2                  |
| 60                                 | Radio y televisión                         | 1.451                                                                      | 1.419   | -2,2                   |
| 61                                 | Telecomunicaciones                         | 7.777                                                                      | 7.461   | -4,1                   |
| 62                                 | Servicios de tecnologías de la información | 21.631                                                                     | 23.017  | 6,4                    |
| 63                                 | Servicios de información                   | 2.117                                                                      | 2.831   | 33,7                   |
| 72                                 | Investigación y Desarrollo                 | 7.887                                                                      | 9.165   | 16,2                   |
| 73                                 | Publicidad y estudios de mercado           | 16.503                                                                     | 15.928  | -3,5                   |
| 74                                 | Otras actividades técnicas y profesionales | 9.417                                                                      | 10.081  | 7,1                    |
| 85                                 | Educación                                  | 59.434                                                                     | 63.389  | 6,7                    |
| 90                                 | Actividades artísticas y de espectáculos   | 8.439                                                                      | 8.181   | -3,1                   |
| 91                                 | Bibliotecas y museos                       | 2.279                                                                      | 2.502   | 9,8                    |
| Subtotal actividades seleccionadas |                                            | 169.029                                                                    | 169.723 | 0,4                    |
| Total Barcelona                    |                                            | 1.038.231                                                                  | 989.127 | -4,7                   |
| Agricultura                        |                                            | 464                                                                        | 417     | -10,1                  |
| Industria                          |                                            | 101.289                                                                    | 85.582  | -15,5                  |
| Construcción                       |                                            | 60.600                                                                     | 46.177  | -23,8                  |
| Servicios                          |                                            | 875.878                                                                    | 856.951 | -2,2                   |

Fuente: Observatori del Treball de la Generalitat de Catalunya (2011).

## 7. CONSIDERACIÓN FINAL

El proyecto del 22@Barcelona ha desencadenado uno de los mayores procesos de transformación urbana de Europa. Su impulso requirió de una aguda visión estratégica y valentía política, sustentados en el convencimiento de la validez del modelo de ciudad compacta y sostenible (frente al de ciudad difusa, imperante en el momento de conceptualización del proyecto). La materialización de los proyectos urbanísticos ejecutados, y la dinamización social y cultural del barrio dan constancia de los resultados conseguidos.

Así mismo, la iniciativa del 22@Barcelona se ha fundamentado en una apuesta por la promoción de actividades económicas emergentes intensivas en conocimiento, y en especial por aquellas que están relacionadas con las tecnologías de la información y la comunicación. Los datos relativos a la progresiva introducción de estas actividades en el distrito han sido, durante la primera década del siglo XXI altamente positivos.

El actual escenario de crisis, no obstante, ha planteado incertidumbres considerables. Para el conjunto del municipio de Barcelona, el conjunto de las actividades culturales, creativas y otras relacionadas con las TIC, han resistido mejor que otros sectores los efectos de la crisis. Así, la cifra total de trabajadores de dichas actividades se ha mantenido estable en aproximadamente 170.000 trabajadores de 2008 a 2010. Desde esta perspectiva, y a falta de datos más específicos, parece que la apuesta estratégica del 22@ en lo referente a la renovación del tejido económico de Barcelona ha sido hasta el momento actual acertada.

Sin embargo no todas las actividades culturales, creativas y relacionadas con las TIC de Barcelona han evolucionado en un mismo sentido. Por un lado, algunos subsectores han experimentado un crecimiento en la cifra total de trabajadores en el conjunto de Barcelona, como los Servicios de información y los relacionados con las tecnologías de la información, los Servicios de Investigación y Desarrollo, etc. La valoración de las perspectivas de desarrollo futuro del 22@ y las estrategias para su dinamización deberán basarse en el análisis de las causas de la caída de aquellas otras actividades que han experimentado una recesión, en especial los casos de la Edición y del Cine y vídeo.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ASSOCIACIÓ PLA ESTRATÈGIC BARCELONA (1999): *III Pla Estratègic Econòmic i Social de Barcelona (en la perspectiva 1999-2005)*, <[http://www.pemb.cat/PDF/III\\_Pla\\_Estrategic\\_de\\_Barcelona-2.pdf](http://www.pemb.cat/PDF/III_Pla_Estrategic_de_Barcelona-2.pdf)>.
- AYUNTAMIENTO DE BARCELONA (2000): *Modificación del Pla General Metropolità de Barcelona para la renovación de las áreas industriales del Poblenou – Distrito de actividades 22@, Barcelona*, <[http://www.22barcelona.com/component/option,com\\_remository/Ite-mid,750/func,select/id,16/orderby,1/lang,es/](http://www.22barcelona.com/component/option,com_remository/Ite-mid,750/func,select/id,16/orderby,1/lang,es/)>.
- (2007). «22@ Barcelona: estado de ejecución», <[http://www.22barcelona.com/documentacio/Estat\\_execucio\\_2009\\_cast.pdf](http://www.22barcelona.com/documentacio/Estat_execucio_2009_cast.pdf)>.
- (2010): «10 años de 22@: el distrito de la innovación», <[http://www.10x22barcelona.com/wp-content/uploads/2011/01/informe\\_10anys\\_es.pdf](http://www.10x22barcelona.com/wp-content/uploads/2011/01/informe_10anys_es.pdf)>.
- BARCELÓ, M. (2002): *La ciudad digital*, Pacte Industrial de la Regió Metropolitana de Barcelona, <<http://www.pacteind.org/pdfs/La-CiudadDigital.pdf>> (la versión en catalán es del año 2001).
- BARÓ, E., CUBELES, X. (2008): «Els sectors culturals de l'Àrea Metropolitana de Barcelona», Pla Estratègic Metropolità de Barcelona Barcelona.
- CESB – CONSELL ECONÒMIC I SOCIAL DE BARCELONA (2007): «Dictàmen sobre el projecte Barcelona 22@», Barcelona <<http://www.bcn.cat/cesb/Publi/dicta/d2007/dic22a.pdf>>.
- OBSERVATORI DEL TREBALL (2011): Generalitat de Catalunya, <<http://www20.gencat.cat/portal/site/observatorit treball>>.
- PARELLADA, M., VILADECANS, E. (2008): «Cultura i ordenació del territori: entorn del 22@Barcelona», en Revista Cultura nº 2, Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya, <[http://cultura2.gencat.cat/revistacultura/\\_pdf/600921C02\\_07Parellada\\_Viladecans.pdf](http://cultura2.gencat.cat/revistacultura/_pdf/600921C02_07Parellada_Viladecans.pdf)>.
- SOLÉ TURA, J., SUBIRATS, J. (1994): *La organización de los Juegos Olímpicos de Barcelona'92: un ejemplo de economía mixta o de sociedad pública-privada*, Barcelona, Centre d'Estudis Olímpics UAB, <[http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp028\\_spa.pdf](http://olympicstudies.uab.es/pdf/wp028_spa.pdf)>.
- TRULLÉN, J. (2003): *Producció de Tecnologies de la Informació i la Comunicació a la ciutat del coneixement. Indicadors econòmics de tecnologies de la informació i comunicació. Barcelona, municipis de Catalunya i comparació internacional*, Ajuntament de Barcelona.

---

# *Las instituciones culturales para la creación e innovación en el País Vasco*

Se hace un recorrido general por el conjunto de instituciones que en el País Vasco trabajan en el sector de la creación e innovación culturales. Así, se estudian los centros motores en este campo como Tabakalera y Arteleku en Donostia, BilbaoArte en la capital vizcaína, y Montehermoso y Krea en Gasteiz. Se recoge, asimismo, la oferta educativa pública en estos ámbitos, concretamente los centros de Musikene, Eszenika y el próximo Parque Científico-Tecnológico de Leioa, y la de las universidades —públicas y privadas— y centros de estudios profesionales, y se estudian las diversas asociaciones tales como el clúster audiovisual Eiken y la red de teatro Sarea. A continuación se exponen opiniones y análisis de los responsables de Tabakalera, Musikene, Creativity Zentrum, DigiPen, Eiken y de la Candidatura Donostia-San Sebastián 2016 a la capitalidad cultural europea

*Euskal Autonomia Erkidegoan kultura-sorkuntzaren eta berrikuntzaren sektorean lan egiten duten erakundeak azaldu dira. Horrela bada, eremu horretako zentro eragileak aztertu dira, esaterako, Tabakalera eta Arteleku Donostian, BilbaoArte Bizkaiko hiriburuan, eta Montehermoso eta Krea Gasteizen. Halaber, eremu horietan dagoen hezkuntza-eskaintza bildu da, zehatzago aipatuta Musikene, Eszenika eta laster irekiko den Leioako Zientzia eta Teknologia Parkea, uni-bertsitate publiko zein pribatuaren eskaintza eta lanbide-heziketako zentroak. Gainera, dauden elkarteak ere aztertu dira, adibidez, Eiken ikus-entzunezkoen Klusterra eta Sarea antzerki-sarea; eta, jarraian, Tabakalera, Musikene, Creativity Zentrum, DigiPen, Eiken eta Donostia-SanSebastián 2016ko Europako kultur hiriburuaren hautagaitzaren zentroetako arduradunen iritzia eta azterlanak azaltzen dira.*

An overview of the institutions working in the fields of cultural innovation and creation in the Basque Country is presented. The main drivers in the sector are discussed, such as Tabakalera and Arteleku in Donostia, BilbaoArte in Bilbao and Montehermoso and Krea in Gasteiz. The public-sector education on offer in the field is also covered, i.e. Musikene, Eszenika and the soon-to-open Leioa Science & Technology Park, along with public and private universities and professional training schools. The various associations in the sector are then examined, such as the Eiken audio-visual cluster and the Sarea theatre network. The article describes with opinions and analysis by the persons in charge of Tabakalera, Musikene, Creativity Zentrum, DigiPen, Eiken and the bid 2016 Donostia-San Sebastian european capital of culture.

**Mikel Ayuso**  
**Haritz Solupe Urresti**  
*Diputación Foral de Gipuzkoa*  
**Carmen Rodríguez Suso**  
*Musikene*  
**Pedro Ruiz Aldasoro**  
*Creativity Zentrum*  
**Juan Luis Laskurain**  
*Digipen*  
**Itziar Mena**  
*Eiken*  
**Santiago Eraso**  
*Donostia-San Sebastián Capital Europea de la Cultura 2016*

## Índice

---

1. Panorama general
2. Tabakalera, el ágora de la cultura
3. Musikene
4. Experiencia, contribución y reflexiones de Creativity Zentrum sobre las industrias de la creatividad
5. Digipen, un proyecto estratégico
6. EIKEN, *Cluster* del Audiovisual: hacia el «nuevo audiovisual»
7. Donostia-San Sebastián, Capital Europea de la Cultura 2016

Palabras clave: instituciones culturales, centros culturales, creación cultural, innovación cultural.

Keywords: cultural institutions, cultural hubs, cultural creation, cultural innovation.

N.º de clasificación JEL: Z10, L82, L83, R58.

---

## 1. PANORAMA GENERAL

En los últimos años están aflorando en el País Vasco instituciones y proyectos que tienen como protagonista al arte y la cultura en sus vertientes clásica e innovadora. Así, hay que señalar la ampliación y las grandes transformaciones ocurridas en el sistema de museos —Bellas Artes, Guggenheim y Euskal Museoa en Bilbao; San Telmo y de la Ciencia en Donostia; Artium y Bellas Artes de Gasteiz; y multitud de lugares y museos especializados.

De hecho, los mismos se han convertido en centros culturales de innovación expositiva, de conservación, de coleccionismo, de comunicación, de investigación y de educación. También se han transformado radicalmente los sistemas de bibliotecas, dando acogida a documentos sonoros y audiovisuales, o los archivos consultables por la red. Igualmente han pasado a primer plano patrimonios varios, desde los materiales (inmueble, mueble, artístico, industrial, arqueológico o natural) a los patrimonios inmateriales.

Otro de los protagonistas del cambio cultural son los equipamientos polivalentes como los palacios Euskalduna, Kursaal, Europa o Baluarte para congresos, exposiciones y audiciones o espectáculos que permiten una oferta variada y continua y que se convierten en centros de difusión cultural, de reunión y educación ciudadana.

En este artículo sólo van a mencionarse los centros fundamentales de innovación y cultura, la oferta educativa publica, tanto universitaria como de estudios artísticos, así como las privadas que acaban de iniciar su andadura y algunas agrupaciones y asociaciones prometedoras.

### 1.1. Centros culturales de innovación y cultura

#### *Tabakalera*

Es un centro de creación de cultura contemporánea especializado en el ámbito audiovisual. Persigue la generación de conocimiento e innovación cultural a través de la interacción entre diferentes ámbitos creativos y de la colaboración entre creadores, industrias y ciudadanía. Su prioridad, la creación orientada a la producción.

Se propone un tipo de institución cultural en el que interactúan un centro de creación, uno de exhibición y un tercero de conocimiento con el objetivo anterior y mediante la pluralidad y el dinamismo interno, el fomento del contacto y de interacción entre creadores y la diversidad de redes y alianzas.

- Como centro de creación y producción al servicio de los creadores y sus proyectos, ofrecerá diversos recursos, como espacios, equipamientos, medios de producción, programas específicos y asesoría en conocimiento, con el fin de facilitar la creación, impulsar la producción, estimular la innovación y la colaboración entre artistas, industrias creativas y ciudadanos.
- El centro de creación se articula en torno a tres ejes principales: programas de residencia, laboratorios y recursos de producción.
- Como centro de exhibición de las diversas manifestaciones de la cultura visual y audiovisual contemporáneas, abarca tanto proyecciones de cine, video, televisión, multimedia; como exposiciones, conciertos o eventos sonoros, teatrales, *performances*, instalaciones, etc.

- Como centro de conocimiento y de formación vinculada a la producción y el debate crítico sobre la cultura contemporánea, ofrece un servicio de información a través de una mediateca.

Por el momento tiene un funcionamiento simbólico con sede en Arteleku. Se instalará en el edificio de la antigua Tabacalera en Egia, cuya remodelación está presupuestada en 70 millones de euros y prevé su apertura para 2015. Tabakalera albergará, además, el Instituto Etxepare y la Filmoteca Vasca.

### **Arteleku**

El Centro de Creación Arteleku tiene su origen en el convenio firmado entre la Diputación Foral de Gipuzkoa y Tabakalera por el cual Arteleku asume los proyectos audiovisuales de Tabakalera hasta su apertura en 2015. Está situado en el barrio de Loiola sobre un edificio industrial que inicialmente fue almacén de piensos y más tarde almacén de material eléctrico.

Su misión es la de impulsar proyectos creativos que aportan elementos innovadores y que tienen un desarrollo audiovisual, abarcando los ámbitos de las artes plásticas, fotografía, animación, cine, sonido, escena, etc. Posee un centro de documentación especializado en arte contemporáneo, salas multimedia, espacios de cesión temporal y talleres de producción.

Su programación interdisciplinar incluye proyectos, cursos monográficos, talleres y seminarios, exposiciones o actuaciones coordinadas por artistas invitados. Asimismo, acoge el *Dantzagune* de Gipuzkoa y difunde la revista de arte y pensamiento *Zehar*.

La Diputación de Gipuzkoa se ha comprometido a aportar 1.350.000 euros, más el coste de servicios de asistencia a programas y usuarios, estimado en otros 600.000 euros, durante el trienio 2011-2013.

### **BilbaoArte**

Es un centro de producción artística dependiente del área de Cultura del Ayuntamiento de Bilbao que abrió sus puertas en 1998. Está ubicado en las antiguas escuelas de Urazurrutia, en la calle del mismo nombre del barrio Bilbao La Vieja. Su objetivo fundamental es impulsar la profesionalización de los jóvenes creadores, consiguiendo altos niveles técnicos, y poner a disposición de la comunidad artística modernas infraestructuras para la práctica artística. Para ello cuenta con espacios de cesión, talleres de grabado y serigrafía, imagen digital, escultura, fotografía, plató de filmación, centro de documentación y salas de proyectos.

Desde su inauguración en el año 1998, otorga becas a unos 20 artistas para que puedan dedicarse a su obra de manera exclusiva durante un año; ofrece, además, cursos, seminarios y conferencias; exposiciones de jóvenes creadores y jornadas de puertas abiertas; intercambios de artistas con otros centros artísticos; exposiciones

de propuestas artísticas en diversos países europeos; y asesoramiento artístico para el desarrollo de proyectos institucionales.

Cuenta con sala de exposiciones; doce espacios de cesión o estudios para el desarrollo de proyectos artísticos; talleres de fotografía, escultura, grabado, serigrafía, nuevas tecnologías, plató de filmación, sala de conferencias; salas para la realización de proyectos; y biblioteca-cafetería. El presupuesto para este año 2011 es de 769.000 euros.

### ***Centro Cultural Montehermoso***

El Centro Cultural Montehermoso (Departamento de Cultura del Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz) se define como un espacio de producción, exhibición y difusión del arte y el pensamiento contemporáneo.

En 2010 ofreció 18 exposiciones y 17 actividades culturales. Además, editó y distribuyó (gratuitamente) varias publicaciones propias como el CMK (Boletín cuatrimestral de programación), DOC (Programa «Contraseñas. Nuevas representaciones sobre la femineidad») y *Arte e Investigación* (Guías de visita de las exposiciones producidas en la categoría de comisariado dentro de la convocatoria anual «Arte e investigación»). Otras publicaciones (a la venta) son: *Producción artística y teoría feminista del arte: nuevos debates*; *Extrarradio. Reflexiones sobre las prácticas artísticas actuales más allá del centro*; *Arte e Investigación 07*; y *En torno al vídeo*.

Posee, asimismo, dos convocatorias fijas: «Arte e Investigación» (convocatoria anual con el objetivo de facilitar la producción de proyectos de arte contemporáneo, el comisariado, la investigación y el desarrollo de un guión cinematográfico); y «Next: Presentaciones/Aurkezpenak» (iniciativa para hacer visibles las prácticas artísticas emergentes).

Concede becas destinadas a la producción, exhibición y difusión del arte y el pensamiento contemporáneo en el capítulo de «Arte e Investigación», que constituye quizá la principal actividad del centro. El presupuesto alcanza los 148.000 euros, con 8.000 euros más destinados al apartado producción y 3.000 euros más dedicado al comisariado.

Su programa educativo pretende inculcar el interés por la cultura y la formación artística de manera que permitan un mejor acercamiento al arte, la cultura y el pensamiento contemporáneo. Con este objetivo se programan variadas actividades educativas: la otra inauguración, visitas, *topagune*, visitas-taller, talleres, cursos, *matinée*.

### ***Krea***

Krea Expresión Contemporánea es un proyecto impulsado por la Obra Social de Caja Vital Kutxa que funciona como centro de recursos, lugar para la formación y espacio de encuentro. Promueve la creación y cultura contemporáneas desde una

perspectiva multidisciplinar y de trabajo en red. Tiene su sede en Vitoria-Gasteiz, en el antiguo convento de las Carmelitas.

Es un centro de recursos e infraestructuras que potencia el desarrollo de proyectos y propuestas relacionados con las ideas y el pensamiento contemporáneos; fomenta el conocimiento posibilitando la formación continua y el intercambio de experiencias; apoya la profesionalización de jóvenes creadores; y propicia el encuentro y la interacción de los procesos creativos y sus protagonistas, haciendo partícipe a la ciudadanía, y en especial a la comunidad artística, en la construcción y desarrollo del proyecto.

KREA tiene tres grandes ejes de actuación:

- Centro de recursos. Cuenta con residencias, estudios artísticos, aulas de ensayo de danza y teatro, taller multimedia, laboratorios, aulas de creación sonora, taller de radio, y estudio de grabación.
- Formación. Promueve, en colaboración con diferentes instituciones educativas, encuentros profesionales y un programa de cursos, seminarios, talleres y jornadas que complementen la formación académica.
- Encuentros. Busca una conexión directa con los ciudadanos, haciendo partícipe del proyecto a toda la ciudadanía.

Entre sus proyectos, destaca el Programa de Creación, uno de sus ejes estratégicos, con el que promueve proyectos de investigación, formación, difusión y exhibición dentro de sus ámbitos de actuación, con especial atención al sector joven. Este programa se convoca mediante becas, líneas de financiación, encargo de proyectos, asesoramiento técnico, así como cesión o alquiler de equipos o espacios, y va dirigido a la configuración de una estructura de recursos e infraestructuras que desarrolle las propuestas de los diferentes agentes sociales y culturales, profesionales y amateurs.

## 1.2. Oferta educativa pública en audio-visual, innovación y cultura

Entre los proyectos públicos específicos cabe destacar el de Musikene, institución encargada de la implantación de los estudios superiores de música desde el curso 2001-2002. Este Centro Superior de Música del País Vasco, con sede en Donostia, está gobernado, administrado y representado por un patronato, quien delega gran parte de sus funciones en un coordinador.

Las especialidades impartidas en el centro son: acordeón; arpa; canto; clarinete; composición; contrabajo; dirección de coro; dirección de orquesta; fagot; flauta traviesa; guitarra; instrumentos de la música tradicional y popular (txistu); jazz; bajo eléctrico; batería; contrabajo; guitarra eléctrica; piano; canto; saxo; trombón; trompeta; oboe; órgano; pedagogía del lenguaje y de la educación musical; percusión; piano; saxofón; trombón; trompa; trompeta; tuba; viola; violín; violoncello.

Musikene desarrolla también otras actividades: a) la revista/boletín informativo *Musikene*, (un proyecto llevado a cabo por los propios alumnos de la asignatura con su profesora al frente), en la que se pueden encontrar entrevistas, reportajes, agenda de eventos musicales de la CAV y las noticias que se van generando dentro del centro y que son de interés general; b) el patronato que organiza tanto en el centro como en otros recintos conciertos de artistas afamados bajo el título de *Masterclass*.

### ***Eszenika***

Igualmente hay que mencionar Eszenika, el primer centro superior de arte dramático, danza y escenotecnia de Euskadi. El centro abrirá sus puertas el curso académico 2012-2013, dando formación en el primer año a unos 60 estudiantes (24 estudiantes por cada especialidad de interpretación y danza, y 12 de Escenotecnia para técnicos de escena). Se ubicará en un espacio propiedad del Gobierno Vasco, junto a la sede de EITB —edificio Bami— en un recinto actualmente en desuso de 5.800 m<sup>2</sup> construidos, del que se espera obtener una superficie de 4.000 m<sup>2</sup> útiles.

El centro ofertará títulos equivalentes a los grados universitarios, así como títulos de posgrado, tanto a nivel de posgrados profesionales como de masters y doctorado, estos últimos necesariamente en colaboración con la UPV/EHU. Ello permitiría, llegado el caso, una fácil transición al sistema universitario.

Eszenika ofertará enseñanzas superiores de grado en Arte Dramático y Danza, con una orientación profesional y especializada, por lo que no se descarta la colaboración en red con otros centros del Espacio Europeo de Educación Superior (EEES).

En las enseñanzas de Arte Dramático, la oferta arrancará con la especialidad en *Interpretación*, que con 240 créditos europeos (ECTS), tendrá una duración de cuatro años. En un segundo año de funcionamiento se ofrecerá la especialidad de Dirección Escénica y Dramaturgia, que tendrá dos años comunes bifurcándose después en dos itinerarios, uno para directores de escena y otro para guionistas. Por último, se prevé implantar la titulación en Escenotecnia.

Habrán nueve materias comunes que serán idénticas en las tres especialidades, así como asignaturas específicas de carácter inminentemente práctico, y una serie de materias optativas, de momento común a las tres especialidades, y también un número de créditos a la realización de proyectos prácticos a partir del segundo curso. Estos proyectos se realizarían conjuntamente entre el alumnado de danza, teatro y técnicos. Además se contemplan seminarios y *master-class* de la mano de profesores no comunes.

La formación en danza tendrá las especialidades de coreografía e interpretación y pedagogía de la danza, con una duración de cuatro cursos académicos divididos en 240 ECTS. Los tres primeros cursos serán comunes, mientras que el último será específico.

### ***Parque Científico-Tecnológico***

La UPV/EHU tiene previsto construir un parque científico-tecnológico en el campus de Leioa, donde se están analizando y perfilando algunas áreas, para la innovación cultural e innovación social. En la ladera norte del campus se levantarán edificios que albergarán actividades de transferencia de conocimiento al entorno social. Estos edificios —seguramente dos, aunque podrían ser más— se conciben como enclaves para el encuentro entre la UPV/EHU y entidades o empresas.

Así, uno de los edificios se utilizará para el desarrollo de actividades de I+D por grupos de investigación que colaboran asiduamente con empresas y que hoy tienen limitaciones de espacios e infraestructuras. El otro edificio, servirá para atraer empresas al campus, empresas que deben cumplir el requisito de hacer un uso intensivo de conocimiento y que mantienen alguna forma de relación con la universidad que sea considerada beneficiosa (aceptación de pregraduados o posgraduados en prácticas, o suscripción de contratos, por ejemplo). Se plantea en el documento la constitución de una sociedad anónima con la SPRI, en la que participase la UPV/EHU, y abierta a otros posibles socios interesados en promocionar este tipo de iniciativas, y muy especialmente la Diputación Foral de Bizkaia y los Ayuntamientos de Leioa y Erandio.

### **1.3. Centros universitarios vinculados al arte y la cultura**

También en lo referente a la oferta educativa el modelo ha ido ampliándose en los últimos años en diversas facultades universitarias tanto públicas como privadas.

#### ***Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación***

En la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación a la oferta histórica en Periodismo (1977) se le fueron añadiendo licenciaturas, hoy grados y posgrados, de Publicidad y Relaciones Públicas, Sociología y Ciencia Política y de la Administración y Comunicación Audiovisual. El objetivo de este último es formar al alumnado en los distintos formatos y soportes de los medios del siglo XXI (Internet, los videojuegos, la televisión y la radio digital, el cine, las nuevas tecnologías multimedia y de telefonía móvil). De estos estudios nacen los especialistas en la creación audiovisual, el diseño de producción integral y las funciones consultivas, organizativas y directivas en todo tipo de medios y soportes audiovisuales y tecnológicos. Ofrece dos especialidades: Estudios Visuales, y Producción y Realización Multimedia. Dispone de un alto nivel de equipamientos de televisión, de edición audiovisual, de radio y de informática y diseño.

Como estudios de posgrado, la Facultad ofrece, entre otros, el Máster en Comunicación Social y el Máster Multimedia.

El Máster en Comunicación Social está organizado por los departamentos de Comunicación Audiovisual y Publicidad, Periodismo y Periodismo II. Sus objetivos son enseñar a aplicar los métodos de investigación de la comunicación y de la infor-

mación para su desarrollo en las tareas de investigación universitaria; conocer los procesos de convergencia existentes entre las políticas de comunicación, culturales, de telecomunicaciones y las de la «sociedad de la información»; comprender y aplicar a la investigación universitaria los cambios tecnológicos, profesionales y culturales vinculados a la información y a la comunicación; así como conocer las fortalezas y debilidades de los modelos periodísticos y comunicativos para abrir nuevas líneas de investigación y generar y aplicar procesos de innovación.

El Máster Multimedia, mediante un convenio con EITB, pretende responder a las necesidades que tienen hoy en día los profesionales que deben trabajar en formatos digitales en euskara. Sus tres objetivos son: desarrollar la capacidad de comunicación del alumno teniendo en cuenta las particularidades del lenguaje en cada formato multimedia; diseñar y producir los productos multimedia y potenciar el uso de las nuevas herramientas que han surgido en Internet destinadas al periodismo; y profundizar en el conocimiento del mercado de los medios de comunicación de masas para garantizar su eficacia y atractivo.

### ***Facultad de Bellas Artes***

La Facultad de Bellas Artes imparte el Grado en Creación y Diseño, entendiendo los estudios de diseño en un sentido amplio (diseño gráfico, multimedia, de producto, etc.) y en uno específico e innovador (el terreno de la ilustración, la arquitectura, la escenografía, la edición, etc.) En todo caso, a sabiendas de que la demanda social en este terreno es siempre coyuntural, el Grado en Creación y Diseño se ocupa de la aplicabilidad del arte en general así como de dar respuestas en terrenos concretos de aplicación o diseño industrial, diseño textil; diseño publicitario; diseño de mobiliario y objetos de decoración y cocina; etc. Los egresados en Creación y Diseño están capacitados para trabajar en el campo del diseño gráfico y de comunicación visual, el diseño de objetos (producto de baja tecnología), en el ámbito del ambiente y espacio urbano, de la ilustración, de la innovación, en ámbitos de imagen, comunicación y empresa, así como en la práctica artística de la Cerámica. Tiene como especialidades la Ilustración, el Diseño Gráfico y el ámbito objetual: Cerámica.

### ***Ciencias Sociales y de la Comunicación y de Bellas Artes***

Conjuntamente, las facultades de Ciencias Sociales y de la Comunicación y de Bellas Artes, ofrecen un Master en Artes y Ciencias del Espectáculo. En él se especializa a los estudiantes para el ejercicio profesional, la docencia y la investigación en el campo de la dramaturgia y la escritura dramática, la escenografía y el espacio escénico, la dirección escénica y la actuación, la coreografía y la gestión de producciones escénicas. Busca, asimismo, adquirir competencias en el campo de la investigación aplicada al desarrollo de obras para la escena, junto con el conocimiento de técnicas, procesos y nuevas tecnologías aplicadas a creación y a la innovación en el ámbito de las artes escénicas y del espectáculo. Sin duda sus funciones se adaptarán al desarrollo de Eszenika.

### ***Universidad de Deusto***

La Universidad de Deusto oferta un Grado en Comunicación (Donostia) que nace con vocación internacional y reconoce el campo de las Ciencias de la Comunicación como un campo disciplinar con sentido propio, adscrito a la rama de las Ciencias Sociales aunque de naturaleza interdisciplinar, pues aplica modelos teóricos y metodológicos procedentes de diferentes ámbitos de las ciencias sociales y humanidades.

Va dirigido a crear profesionales en medios de comunicación de masas (Prensa, Radio, TV, Internet), empresas especializadas en comunicación como consultoras de comunicación, agencias publicitarias, productoras, empresas especializadas en gestión de eventos, de portales Web, etc. El centro cuenta con equipamientos de radio y de televisión.

### ***Mondragón Unibertsitatea***

Mondragón Unibertsitatea imparte también un Grado en Comunicación Audiovisual, cuyo objetivo general es la formación de profesionales de la comunicación y de la información polivalentes y capacitados para trabajar en cualquier entorno comunicativo, fundamentalmente en el ámbito audiovisual. Los estudios, que se desarrollan en el campus de Eskoriatza, se imparten en euskera.

### ***Universidad de Navarra***

La Universidad Pública de Navarra no tiene estudios relacionados con estas materias. La Universidad de Navarra ofrece dos titulaciones: Periodismo y Comunicación Audiovisual. La Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra, con 50 años de existencia, fue el primer centro del Estado español en impartir enseñanzas de comunicación con grado universitario.

En cuanto a los títulos de posgrado, ofrece un Master en Gestión de Empresas de Comunicación y un Máster en Guión Audiovisual. Esta misma Facultad proporciona un programa de doctorado en Comunicación dividido en cuatro módulos.

### ***Centros de estudios profesionales***

Hay que mencionar la labor desempeñada en este campo por los centros de Formación Profesional. El de Erandio ofrece un ciclo formativo de Realización de audiovisuales y espectáculos en castellano e inglés, que incluye, entre otras materias, realización en cine y vídeo, en multimedia y en televisión, así como edición y posproducción de audiovisuales. Por su parte, la Escuela de Cine y Vídeo de Andoain oferta títulos oficiales en Realización, con materias similares a las de Erandio, y en Producción audiovisual.

Al margen de ello, cabe destacar la existencia de BEAZ, una sociedad pública foral cuyo objetivo es desarrollar y fomentar la competitividad en las empresas. Es la entidad gestora de diferentes programas de financiación directa y dispone de ocho

incubadoras de empresas dirigidas a resolver las necesidades de ubicación y reducir los riesgos inherentes a la etapa inicial de una nueva empresa. Además, el pasado año BEAZ se fusionó con BAI, la Agencia de Innovación de Bizkaia, también empresa pública foral. El objeto social de la nueva entidad es «la realización de todas aquellas actividades necesarias para la promoción, desarrollo y fomento de la competitividad de las empresas, para la creación y mantenimiento de puestos de trabajo de calidad y, en general, para hacer de Bizkaia un territorio innovador, creativo, dinámico y emprendedor».

### ***Universidad de Burdeos***

Finalmente, la Universidad de Burdeos ofrece, por medio del Departamento de Ciencias de la Computación y Comunicación, la preparación profesional de las carreras de Comunicación, Información, Producción Audiovisual y Multimedia. Un doctorado en Ciencias de la Información y la Comunicación complementa la oferta de formación.

#### **1.4. Centros privados**

##### ***Creativity Zentrum***

Creativity Zentrum (CZ) es un organismo de formación, de investigación y desarrollo para la promoción de las industrias creativas en Bizkaia.

CZ centra su actividad en 3 áreas:

- *learn*, con varios programas de formación.
- *create*, para fomentar la creación de empresas de interpretación y dirección de cine; moda; diseño de producto; música contemporánea y artes escénicas; desarrollo de videojuegos; radio y televisión.
- *show & sale*, en el que destaca el *Creativity Meeting Point*, un forum internacional de industrias creativas que busca establecer vínculos internacionales y locales entre personas creativas.

Sus objetivos son:

- Rehabilitar y crear un nuevo foco de actividad cultural y económica.
- Generar empleo cualificado y de calidad en un espacio socialmente integrador, enriquecedor y cosmopolita.
- Situar Bilbao dentro de la red internacional de la creatividad.
- Difundir una nueva perspectiva de Bilbao que favorezca vínculos internacionales con la ciudad.

##### ***DigiPen***

DigiPen *Institute of Technology Europe* Bilbao va a ser la sede del segundo campus internacional y primer campus de DigiPen en Europa.

DigiPen está especializado en la educación del videojuego y quiere fomentar en Bilbao la investigación en medios digitales y tecnologías interactivas por ordenador. Uno de los principales objetivos de la escuela reside en promover y desarrollar el sector de los videojuegos avanzados en el País Vasco. En la actualidad, DigiPen tiene campus en Redmond (EE.UU.) y Singapur.

El campus de Bilbao busca ofrecer dos programas de licenciatura (pendientes de homologar):

- Licenciatura en Ciencias de simulación interactiva en tiempo real.
- Licenciado en Bellas Artes en arte digital y animación.

El lanzamiento del Instituto de Tecnología DigiPen en Europa Bilbao pretende «fomentar las conexiones y el fortalecimiento de las relaciones con las multinacionales líderes en la industria, atrayendo a las empresas y mano de obra calificada y generando innovación en la industria vasca». Además de ello, la escuela busca fomentar el espíritu empresarial y de la empresa en esta competitiva industria dentro del territorio vasco.

### 1.5. Asociaciones y partenariados

*Eiken* es el Clúster Audiovisual de Euskadi, una asociación empresarial de carácter profesional y sin ánimo de lucro. Está formada por las principales empresas radicadas en el País Vasco con dedicación a la creación y emisión de contenidos, productos y servicios basados en el sector audiovisual. Su finalidad primordial es la de promover la transformación del sector audiovisual vasco mediante acciones estratégicas basadas en la colaboración empresarial, y con la innovación como eje transversal de todas ellas. Su actuación se fundamenta en varios principios orientadores de su estrategia: liderar el desarrollo del Sector Audiovisual Vasco; impulsar la competitividad del *cluster* y sus socios; apoyar el desarrollo de una estructura empresarial adecuada; impulsar y apoyar la internacionalización; facilitar el acceso al conocimiento de vanguardia; impulsar proyectos empresariales específicos y fundamentar la actividad en la cooperación y la innovación.

Eiken tiene un análisis de la realidad audiovisual muy elaborado y complejo, por lo que nos detendremos en sus líneas. En primer lugar, parte de la base de que en la actualidad estamos asistiendo al crecimiento de un «nuevo negocio audiovisual» que progresivamente está desplazando al «negocio audiovisual tradicional». Este nuevo negocio audiovisual podría adoptar dos formas:

- Nuevas formas de producir, distribuir y consumir los contenidos audiovisuales, como resultado de la evolución en tecnología, hábitos de consumo y modelos publicitarios.
- Crecimiento de mercados o segmentos de mercado (nuevas necesidades) que hasta hace poco tiempo no existían o tenían una dimensión muy reducida. Estos mercados en crecimiento serían: T-Administración; canales de TV privados, TDT local; publicidad; videojuegos; empresas especializadas en la explotación de marcas comerciales.

La consecuencia es la redefinición de la estrategia que desde el *cluster* se propone para el conjunto del ámbito audiovisual vasco, en el que cabrían múltiples estrategias empresariales:

- Dentro del negocio tradicional:
  - Desarrollo de formatos novedosos para TV con vocación de exportación.
  - Especialización en servicios de soporte de alto nivel tecnológico para productoras y *broadcasters*.
  - Especialización en largometrajes de animación para cine y TV.
- Dentro de los nuevos negocios:
  - Especialización en producción de contenidos para TDT.
  - Especialización en creación y producción *low cost* orientada a determinados mercados (TDT local, *snac-king* para móviles, determinados tipos de canales privados de TV, etc.).
  - Especialización en la adaptación de contenidos de cine y TV a dispositivos móviles.
  - Desarrollo de soluciones de interactividad para contenidos audiovisuales de distinta naturaleza.
  - Proveedor de contenidos audiovisuales de e-Administración.
  - Especialización en producción de contenidos temáticos de nicho.

### ***Polo de Innovación Audiovisual***

Algunas de estas empresas están ubicadas en el Polo de Innovación Audiovisual de Donostia, un innovador centro para empresas audiovisuales y multimedia recientemente estrenado que contará con espacios en alquiler especialmente diseñados para la consolidación y crecimiento de las actividades audiovisuales. El proyecto ha supuesto una inversión de 23 millones de euros.

### ***Red Vasca de Teatros SAREA***

Red Vasca de Teatros SAREA nació en los años noventa de forma paralela a las de otras Comunidades Autónomas. También tiene como objetivo la creación y formación de público en el ámbito de las artes escénicas.

Se trataba de gestionar y coordinar las infraestructuras y la oferta para la representación de las artes escénicas. Euskadiko Antzoki Sarea, nació como estructura de coordinación conformada por el Departamento de Cultura del Gobierno Vasco, los Departamentos de Cultura de las diputaciones forales y los ayuntamientos que contando con la infraestructura adecuada así lo decidiesen. A los ayuntamientos les corresponde dotar a sus espacios escénicos de los recursos humanos, técnicos y económicos necesarios para una programación estable. A las diputaciones, por su parte les competiría regular las ayudas económicas destinadas a los teatros miembros de la

Red y el Gobierno Vasco se encargaría principalmente de la coordinación, difusión y representación de Sarea. Actualmente la red está conformada por 51 teatros.

## 2. TABAKALERA, EL ÁGORA DE LA CULTURA

En el presente artículo se recoge, partiendo de los distintos documentos generados por el equipo conformado por asesores, colaboradores, técnicos y responsables del Departamento de Cultura y Euskara, la posición que la Diputación Foral de Gipuzkoa ha mantenido durante el periodo 2007-2011 en torno al proyecto Tabakalera. Dicha decisión está fundamentada en: a) la preocupación que genera un marco cultural global en constante evolución/revolución, aumentada si cabe por la problemática de una cultura e idioma propios en desventaja frente a contenidos culturales, especialmente audiovisuales, provenientes de otros mercados con otras culturas, otros idiomas y otros valores y, b) por los objetivos y una hoja de ruta debidamente definida desde el minuto cero de la presente legislatura: el Plan de Gestión 2007-2011 de la Diputación Foral de Gipuzkoa.

Dicho Plan recoge entre otras, la necesidad de apostar por la valorización de la cultura y patrimonio de Gipuzkoa, especialmente en lengua propia, mediante:

- 1) la apuesta por la creación, conservación y difusión de contenidos; del impulso y de entornos favorables al aprendizaje y al emprendizaje, así como, de iniciativas de contenido económico de cara a renovar nuestro valor y patrimonio cultural, de valores e identidad,
- 2) de nuevos modos de gobernanza y una triple visión hacia la competitividad, el bienestar social y la sostenibilidad y conectividad tanto interna como hacia los espacios de vanguardia internacional; y,
- 3) de fortalecer el espacio público como elemento de fusión, buscando espacios públicos de encuentro e interacción creativa en distintos ámbitos<sup>1</sup>.

Desde luego, terminología como creación/creatividad, innovación, difusión, públicos, aprendizaje, encuentro, sostenibilidad, sensibilización..., recogida en el Plan de Gestión y, en la actualidad muy de moda en las políticas culturales y en los catálogos de servicio de innumerables instituciones y equipamientos, han acompañado el discurso de la Diputación Foral de Gipuzkoa durante décadas. No en vano, Arteleku, centro pionero a nivel estatal en la creación artística, y de titularidad foral, ha sido referente en el impulso de los procesos de fertilización de ideas.

Desde 1987, Arteleku ha estado estrechamente conectado con las prácticas contemporáneas, como marco de reflexión y debate, siendo su objetivo dotar de medios al artista para su aprendizaje, desarrollo y materialización de sus proyectos, desde la combinación del conocimiento tradicional de las artes visuales con las TIC, lo au-

<sup>1</sup> Plan de Gestión 2007-2011 de la Diputación Foral de Gipuzkoa.

diovisual, la ciencia o la tecnología. Asimismo pretende responder al complejo y diversificado ámbito de lo social apostando por proyectos que conecten directamente con las problemáticas socio-culturales actuales e incidiendo en la formación artística de una forma más transversal, donde la investigación, la producción y la exhibición se relacionan y se trabajan a un mismo nivel.

Vivimos una época de interdisciplinariedad, de obras de arte y creaciones híbridas, tanto en el arte, la cultura así como en distintos sectores de la sociedad, donde las fronteras de los diferentes procesos creativos y productivos se rozan y se funden hasta desaparecer como tal. Lo audiovisual como compendio de las distintas disciplinas artístico-culturales y creativas, la evolución tecnológica y los hábitos de consumo en constante evolución están dando lugar a un nuevo negocio audiovisual y de audiovisualización de las industrias culturales, haciendo necesario impulsar y dirigir ese contacto hacia la fertilización de nuevos proyectos, nuevas ideas, nuevas oportunidades. Por ello, los ejes conceptuales de la programación de todo centro de creación como Arteleku, y cómo no Tabakalera, debería contemplar de partida la interdisciplinariedad, la experimentación, la interacción y la participación.

La irrupción del proyecto CICC (Centro Internacional de Cultura Contemporánea) a principios de la década pasada supuso todo un reto para las instituciones con responsabilidad en lo cultural y, una auténtica oportunidad para el ecosistema cultural vasco, y en especial el creativo.

Aún así, es innegable las dudas que generó el proyecto allá por el 2007 por una más que evidente similitud con respecto a otros servicios ofrecidos en equipamientos culturales alrededor de la desembocadura del Urumea. También era una obviedad que las tres instituciones involucradas en Tabakalera partían de tres perspectivas diferentes, tres lecturas y maneras de entender el proyecto, a priori, difíciles de encajar y, basadas no tanto en el reparto competencial sino en esquemas probablemente preconcebidos.

Al comienzo de la presente legislatura, con el objeto de fijar y reforzar el proyecto cultural dibujado por la Dirección de CICC-Tabakalera y desde la perspectiva de un mejor y optimizado servicio al usuario final, inspirándose en criterios de eficiencia y eficacia, la Diputación Foral de Gipuzkoa propuso un nuevo punto de partida basándose en:

1. La conveniencia de ordenar el mapa de equipamientos y de instituciones culturales existentes en el entorno, y evitar así duplicidades programáticas.
2. La necesidad de apostar por un proyecto único y coherente.
3. La valoración positiva de programas de los diversos equipamientos públicos vinculados a la cultura visual y audiovisual.

Dicha propuesta y el nuevo marco de colaboración interinstitucional basado en el liderazgo compartido permitieron pactar una reestructuración de equipamientos gestionados por las instituciones socias de CICC-Tabakalera e impulsar un proceso

de confluencia de unidades especializadas en áreas artísticas o culturales distintas, con la única intención de crear una única instancia que busque la generación de conocimiento e innovación a través de la interacción entre diferentes ámbitos creativos y de la colaboración entre creadores, industrias y ciudadanía<sup>2</sup>.

Es una realidad que el edificio Tabakalera, dada su ubicación, tamaño y posibilidades de crecimiento, está llamado a cumplir un papel fundamental en la articulación tanto urbanística como social de las dos orillas del río Urumea y del centro de Donostia-San Sebastián. Por consiguiente, los factores determinantes en el diseño arquitectónico van más allá de las necesidades del nuclear proyecto cultural, el centro de creación de cultura contemporánea especializado en lo audiovisual, aunque la clave del éxito o fracaso del proyecto global residan en éste. Y es precisamente dónde ha incidido la Diputación Foral de Gipuzkoa; en un proyecto cultural con su eje central de actuación claramente identificado y, que sea útil para la industria cultural contribuyendo así al desarrollo económico de Gipuzkoa y de Euskadi.

«Tabakalera es un centro de creación de cultura contemporánea especializado en el ámbito audiovisual, que busca la generación de conocimiento e innovación a través de la interacción entre diferentes ámbitos creativos y de la colaboración entre creadores, industrias y ciudadanía, priorizando la creación orientada a la producción.

“Ofrece programas, recursos y un servicio integral de documentación para la producción, la exhibición, el debate, la formación y el ocio, impulsando dinámicas que potencien la creación y la fertilización de ideas y vinculando la creación cultural en Euskadi al diálogo internacional”. (Misión del plan operativo 2010).

“... Y pretende ser percibida como una referencia internacional por su incidencia en la cultura y la creación contemporáneas desde lo audiovisual, por su impulso a la creación de contenidos audiovisuales innovadores, la creatividad social y la participación activa de la ciudadanía, por la calidad, la pertinencia y la internacionalidad de sus programas de trabajo, por su eficacia en las prácticas colaborativas entre creadores, industrias y ciudadanos, por aportar valor a la diversidad cultural y lingüística europea desde la singularidad del entorno cultural vasco, poniéndola en conexión con las redes internacionales de la cultura”. (Visión del plan operativo 2010)».

La Diputación Foral de Gipuzkoa decidió que su proyecto Tabakalera debía configurarse sobre la base de un centro de creación como corazón o elemento nuclear del proyecto global, con el objetivo fundamental de favorecer la creación audiovisual o toda creación que pueda ser «audiovisualizable» y que aporte elementos novedosos y de vanguardia. A su vez, entiende la «audiovisualización» como aquel proceso que partiendo de la interacción de los distintos procesos y experiencias ar-

<sup>2</sup> Acuerdo Interinstitucional del 31/03/2008 adoptado en el seno de CICC.

tísticas y creativas, fertiliza nuevas y distintas ideas acordes con los nuevos modelos de consumo, y por lo tanto, válidas para las industrias culturales y en especial la industria audiovisual.

Por lo tanto, deberá favorecer sobre todo la creación orientada a las necesidades de la industria y del mercado en general como línea de investigación aplicada, conjugando también la creación libre o investigación básica como potencial punto de partida de talento creativo y novedoso, que pueda ser llevado posteriormente al campo audiovisual.

Los artistas, potenciales creadores y la industria audiovisual, conformarán los públicos objetivos nucleares del centro. Deberán ser los protagonistas de la mayor parte de las actividades y se les destinará la mayor parte de los recursos del centro. Se define a los «creadores» en un sentido amplio del ámbito internacional, tanto a autores como artistas y profesionales del sector cultural y audiovisual que aporten valor en la creación de contenidos audiovisuales y que deseen «fertilizar» distintas ideas.

El nuevo centro de creación deberá buscar y atraer a creadores con talento e ideas novedosas, y poner a disposición de éstos, espacios equipados especialmente para que los nuevos talentos puedan desarrollar sus ideas, en contacto y relación con otros creativos, con expertos en el sector y personas de prestigio o éxito en el mercado, con potenciales productores o distribuidores de las ideas o proyectos, etc.

El desarrollo de una programación integral de actividades de aprendizaje y de encuentro/relación mediante jornadas, conferencias, cursos, talleres, laboratorios, tutorías, etc. orientadas a los artistas, creadores y profesionales del sector audiovisual, así como a los ciudadanos será clave:

- espacios y medios técnicos para la creación audiovisual orientados a la creación audiovisual (no a la producción), que contarán con medios técnicos que permitan la experimentación, y que se complementará con el acceso a medios y equipos técnicos de los que ya disponen empresas del sector audiovisual,
- tutoría de los proyectos creativos y contraste con expertos y profesionales de prestigio en la creación o la gestión empresarial en el campo audiovisual,
- mediación para facilitar el acceso a fondos con los que inspirarse y las relaciones con agentes que estén trabajando en temas similares o de interés para sus proyectos,
- marco relacional y contacto con otros creativos, con la industria, con expertos, con el público, etc., de manera que se facilite la producción y comercialización futura de los proyectos fuera del centro. Programa de residencia,
- acceso a redes y contactos internacionales,
- experimentación por parte de la industria cultural de posibles ideas de negocio innovadoras, como parte de su I+D, al participar en los programas destinados a los creadores,
- fuente de inspiración, captación y de desarrollo de talento para las empresas del sector cultural.

El centro deberá contar con un espacio relacional estable entre creadores y públicos potenciales, con una programación audiovisual y espacios dedicados a la difusión de sus fondos, de las creaciones que se realicen en el centro, y de las creaciones y fondos procedentes de otros agentes que se consideren de interés para los objetivos del centro. Un ágora actual de debate, relación y reflexión mutua, donde el público participa como agente activo de opinión en torno a las diferentes creaciones y posibles productos de consumo de futuro. Pero también aquella ciudadanía aficionada o interesada en la cultura visual, encontrará en el centro varias actividades de aprendizaje específicas en distintos campos convirtiéndose también en público objetivo del centro. Tabakalera realizará un papel en la alfabetización audiovisual de la ciudadanía, formándola y entreteniéndola, convocándola para que acuda a determinadas actividades programadas para ella, generando curiosidad y asombro con «lo último», en un proceso de descubrimiento continuo.

Y desde luego la transversalidad de la información y la documentación materializada en una innovadora mediateca especializada en cultura visual y audiovisual, deberá ser fundamental como fuente de inspiración, tanto para los procesos de la creación así como para el público en general: una única instancia que aúne y sintetice la solución de las necesidades de actualidad, contemporaneidad y centralidad en los accesos a la información de los públicos objetivos del centro, tanto nucleares como generales.

El centro deberá convertirse en un centro de referencia internacional en creación audiovisual, con capacidad de atraer a usuarios internacionales (tanto en las actividades de creación como en las de aprendizaje), cuidando especialmente el objetivo de desarrollo de las capacidades de los creadores y las industrias culturales vascas.

Para ello será necesario que Tabakalera esté vinculado al sector cultural, especialmente el más cercano, con el mercado y el circuito internacional y mantenga alianzas con centros referentes y así poder captar expertos y profesionales de reconocido prestigio y experiencia a nivel internacional en el campo audiovisual para participar en las actividades del centro de apoyo a la creación y al aprendizaje. Los valores «glokales=lokal+global» del centro marcarán una personalidad con una nítida vocación internacional desde una visión asentada en los valores propios de nuestro país.

Los criterios de eficiencia y eficacia que al comienzo de la legislatura 2007-2011 inspiraron un mejor servicio al usuario final, requieren también de un modelo de financiación sostenible, tratando de maximizar los retornos de los recursos que serán invertidos, y a su vez, tratando de lograr la implicación de empresas privadas como fuente de financiación diversificada, tanto en la inversión así como en la financiación del proyecto cultural o programas específicos de éste. Un proyecto público privado que apuesta por su evolución gradual y que prioriza sus esfuerzos hacia los procesos creativos como fuente de desarrollo.

El verdadero éxito de Tabakalera radicará en el éxito que logren las ideas fertilizadas en el centro como productos de mercado, y no tanto en los programas suge-

rentes y atractivos necesarios para ganar la batalla de la convicción ciudadana, aún cuando los intereses de ciertas políticas de difusión así lo requieran. Un éxito difícil de fijar en indicadores a corto y medio plazo pero que supondrá el retorno real de los recursos invertidos por y para los guipuzcoanos.

### 3. MUSIKENE

Musikene es el centro de educación musical superior del País Vasco. Fue creado en San Sebastián el año 2001 por iniciativa del Gobierno Vasco. Su sede se encuentra en un enclave privilegiado, el Palacio Miramar, a la espera de trasladarse a su sede definitiva en el barrio universitario de la ciudad. Entretanto, comparte el edificio de Miramar con otras tres sedes situadas en diversos lugares de la misma ciudad.

Musikene depende de una Fundación del sector público, con gestión privada, que se financia a través de una subvención del Gobierno Vasco, y de las matrículas de los alumnos. También recibe subvenciones de otras entidades privadas; durante los últimos años, por ejemplo, la Obra Social de Kutxa ha subvencionado sus publicaciones, y últimamente Eurobask y el Colegio Mayor Aiete han financiado también sendos conciertos de la Orquesta Sinfónica del centro.

Musikene es un centro que apuesta por la enseñanza musical como forma de desarrollo humano y cultural. Sus conciertos y actividades son una embajada artística que muestran los valores de convivencia, tolerancia y respeto propios de las sociedades desarrolladas. Gracias a sus actividades públicas, se produce un retorno a la sociedad de las cantidades invertidas.

En Musikene realizan sus estudios jóvenes procedentes de toda España y de diversos países europeos. En sus clases se emplean más de 6 idiomas, y se interpreta música de todo el mundo y todos los estilos, desde la música clásica y barroca hasta la música contemporánea, el jazz, o las músicas folklóricas.

Para ello, Musikene cuenta con una plantilla docente formada por músicos de reconocido prestigio nacional e internacional, que trabajan en un régimen adaptado a su vida itinerante como concertistas, y por otros profesores procedentes del medio circundante que garantizan la continuidad del centro. Los alumnos, seleccionados uno a uno, reciben clases individualizadas de su instrumento o especialidad, a la vez que participan en las diversas agrupaciones instrumentales de Musikene que luego actúan en público como parte de su programa formativo.

Efectivamente, la naturaleza de las enseñanzas que se imparten en Musikene implica una cierta labor de proyección socio-cultural, con cerca de 300 actuaciones anuales. Por ello, el centro cuenta con cerca de 50 grupos de cámara (cuartetos de cuerda, quintetos de viento-madera, quintetos de metales), y algunos grupos con denominación propia: *Ensemble de percusión*, *Ensemble de saxofones*, o *Musikene Sinfonietta*. También dispone de una orquesta sinfónica, encuadrada en un programa propio, denominado «Estudios orquestales».

Según este programa, todos los estudiantes orquestales de Musikene se concentran tres veces al año durante una semana intensiva para la preparación de un concierto público, en cuya dirección participan grandes maestros europeos. Mediante estas concentraciones, los alumnos adquieren una valiosa experiencia similar a la que realiza un profesional. Pueden optar también a interpretar la parte solista de los conciertos, superando concursos internos.

En el ámbito de la música de jazz, la formación orquestal de Musikene es la *Big Band*. Es un amplio conjunto con el formato tradicional de estas bandas (secciones de trompetas, trombones, saxos y sección rítmica). El alumnado trabaja en dos encuentros anuales de una semana de duración, también en régimen intensivo, bajo la dirección de diferentes directores. La *Big Band* de Musikene es solicitada por toda clase de entidades y organismos culturales por su versatilidad y su popular repertorio.

En sus diez años de andadura, Musikene se ha convertido en una institución académica muy atractiva para los estudiantes de música de todo el Estado, así como de otros países, y esto se refleja en la notable diversidad geográfica del alumnado. Así, en este curso académico 2010-2011, Musikene cuenta con un total de 341 alumnos/as, entre los que se contabilizan 32 extranjeros, 25 pertenecientes a diversos países de la Unión Europea y otros 7 de países extracomunitarios.

Además, Musikene dispone de otros servicios especializados que forman parte de sus activos junto con los puramente docentes. La Mediateka, por ejemplo, proporciona servicio también a visitantes externos al centro. Cuenta con 30.000 documentos catalogados: CD, partituras, bibliografía, publicaciones especializadas, servicio de archivo orquestal, material audiovisual analógico y digital. Además, proporciona asesoramiento documental a los interesados y atiende un servicio de préstamo que llega hasta los 16.500 movimientos anuales y 26.000 consultas electrónicas. El centro creó también un sello discográfico propio y una colección editorial de libros.

Musikene mantiene también un servicio de préstamo de instrumentos a orquestas y festivales que los solicitan para programas con alguna peculiaridad. En la misma línea, Musikene colabora estrechamente con los principales agentes musicales del país: Quincena Musical de Donostia, Orquesta de Euskadi, Joven Orquesta de Euskadi, Orquesta Sinfónica de Bilbao, Musikaste, Festival Musika-Musica de Bilbao, etc., adoptando diversas formas de cesión mutua de espacios, servicios o materiales.

La novedad de su forma de gestión y su implantación sin estudios previos en un momento en que aún no se había desarrollado completamente la legislación educativa sobre música, plantea también algunos interrogantes. Por ejemplo, la conexión con los estudios musicales de base, que contrasta con Musikene por sus limitadas condiciones materiales y humanas. La proyección externa de Musikene puede actuar también como freno a la creación de infraestructuras musicales propias, ya que los servicios que en sus actuaciones desarrollan las agrupaciones musicales del centro desplazan a los profesionales locales. La focalización del centro en la enseñanza instrumental le grava con un elevadísimo coste económico, ya que la enseñanza instru-

mental se desarrolla tradicionalmente en sesiones individuales entre profesor y alumno. A sus elevados costes contribuye también la carencia, en el entorno del centro, de instalaciones y recursos humanos de alto nivel para la música, lo que obliga a traerlos de lejos. El futuro de las orquestas y bandas musicales al que aspiran los estudiantes, siempre en dificultades por su dependencia de la subvención pública, lleva también a preguntarse por la conveniencia de diversificar más el perfil profesional de los estudiantes.

Sin embargo, la cuestión más importante que suscita Musikene es la continuidad entre la enseñanza y la vida profesional. En este sentido, Musikene funciona sin solución de continuidad como centro docente a la vez que como centro de producción. Y en ello radica también una gran parte de su éxito y su atractivo.

#### 4. **EXPERIENCIA, CONTRIBUCIÓN Y REFLEXIONES DE ‘CREATIVITY ZENTRUM’ SOBRE LAS INDUSTRIAS DE LA CREATIVIDAD**

*Creativity Zentrum* (CZ) lleva más de cuatro años de actividad centrada en el campo de las industrias de la creatividad con distintos niveles de avance. En el aspecto de desarrollo personal —aprendizaje— el curso de emprendedores a cambio de actividad con nosotros, es una experiencia piloto en el Estado y única probablemente a escala internacional. Se prepara el programa de formación de empresarios en el 4º sector (sector que engloba actividades de índole social). Se negocia un acuerdo en ciernes con *Kaos Pilot*, la escuela danesa de diseño de negocios mejor del mundo según *Business Week*. Sin embargo, la oferta de vinculación al proyecto original de sectores profesionales cualificados y la existencia de un inacabable potencial de emprendedores, indican buenas expectativas.

En el área de internacionalización se está más que satisfecho, confirmando y ratificando el plan estratégico. En primer lugar está la contribución, junto a Teknika y la EHU/UPV a la formación de la Asociación Europea CREANOVA. Participan, además de los tres miembros vascos, instituciones de Finlandia, Gran Bretaña, Irlanda, Alemania, Italia, Francia, Letonia. La sede se ha establecido en la calle San Francisco de Bilbao.

Junto a esta asociación, es miembro de otras dos instituciones europeas: EICI —*European Interest Group on Creativity Industries*— y ECBN —*European Creative Business Network*—. Ambas son experiencias gratificantes y poderosas. Permiten poner a prueba los supuestos de partida como asociación en el ámbito de la internacionalización y demanda un alto comportamiento profesional.

Estar presentes en tres importantes redes de dimensión europea, permiten acceder a un conjunto de prácticas internacionales avanzadas, contrastadas; que sirven de guía para su inmediata y segura adecuación aquí y ahora. El trabajo realizado con los socios y colaboradores en estas conexiones, también está configurando en CZ un perfil como referente de pensamiento y prácticas creativas.

El devenir internacional tiene otra rama. Los diferentes encuentros que se realizan tanto fuera como en nuestro propio territorio, nos han puesto en contacto con diferentes personalidades de reconocido prestigio en el ámbito de las industrias de la creatividad. Este depósito de incalculable valor se está poniendo a disposición de aquellos organismos, instituciones y empresas que se mueven y desarrollan su actividad en el campo industrial/creativo. Fruto de esa colaboración son las diferentes intervenciones de fomento o iniciación de actividades creativas que hacemos en: BBK, Lanekintza, Universidad de Deusto, Diputación Foral de Bizkaia, Gorbeialdea, Bida-soa Activa, INEM, etc.

Algunas veces esta permanente relación confirma nuestras intuiciones; otras, nos corrige en nuestras derivas profesionales establecidas y, en algunos casos, nos hace abandonar presentimientos previos. Pero siempre nos hace mejores y, confiamos que algo también les hayamos aportado a nuestros socios y, en algunos casos amigos.

La percepción es que se está creando y desarrollando en nuestro entorno redes de interrelación entre las diversas actividades, empresas e individualidades que configuran el universo de las industrias, de la creatividad.

Hemos coordinado más de 15 *workshops* sobre temas creativos. Lo hemos hecho en diferentes territorios y con distinto alcance. Hasta este momento, conocemos a más de 150 empresas, compartiendo sus preocupaciones y misiones. Hacemos cosas conjuntas: el impulso de Bilbao como capital mundial del Diseño en el año 2014, creación del primer día internacional del diseño, *Pecha Kucha Night*, *Jueves Co.lab*. Esto último, *Co.lab*, es un espacio de *coworking* —un sitio para trabajar, compartir experiencias y proyectos; en definitiva, un espacio de interacción social que es la base sobre la que se asienta cualquier propuesta creativa—. Los primeros jueves de mes celebramos encuentros en los que se comparten experiencias, se lanzan propuestas o, simplemente se discuten ideas. Compartimos con todo lo que hacemos y participamos con los que hacen.

Hay una presencia relevante en el campo del emprendimiento. En primer lugar se debe mencionar a la academia, abierta durante unos días al año para que proyectos empresariales que han pasado un filtro previo de selección, los afinen y perfeccionen con la asistencia de nuestro colaborador David Parish. Este colaborador, además, ha participado con otras instituciones en la diseminación de su práctica profesional y hemos traducido su libro *Camisetas y corbatas*.

Un paso adicional ha sido la presentación de un proyecto a un concurso público del INEM. La propuesta consiste en formar durante seis meses a promotores de nuevas iniciativas empresariales. Ganamos la convocatoria y fruto de ello son estos primeros alumnos/colaboradores. La mecánica es que reciben un salario por parte de ese organismo y, a cambio de la formación, nos prestan unas horas de trabajo a *Creativity Zen-trum*. De esa forma ellos adquieren una experiencia adicional que les facilita su desarrollo personal y profesional y al centro le proporciona colaboradores inquietos y personas comprometidas para llevar a cabo proyectos en curso de manera más rápida y mejor.

Es una experiencia piloto de la que se sacarán consecuencias para el futuro. Abre nuevas e inexploradas avenidas, pero también se requieren unas fuertes dosis de creatividad educativa, empresarial y cultural para que esta original práctica pueda alcanzar todo el potencial que alberga.

Es necesario crear empresarios que encaren los desafíos de las industrias creativas con las mismas armas, ilusiones, dudas y miedos que el resto de los empresarios. Es una apuesta decidida por la profesionalización empresarial. Es un elemento clave, aunque no único, para la consecución de una estructura sostenible de industrias creativas y, probablemente de todo el entramado económico.

Sin una adecuada porción de actividades basadas en la creatividad, difícilmente podremos hacer frente a los desafíos que la sociedad vasca va a enfrentarse en un futuro inmediato. Esto conlleva a la necesidad ineludible de contar con profesionales, empresarios, ideas, lugares. A ello tratamos de contribuir con nuestra especial preocupación con las vocaciones empresariales creativas y la creación de espacios para que florezcan adecuadamente.

La cruda realidad, soportada por bastantes estudios empíricos, es que la actividad emprendedora, sólo puede sobrevivir en cualquier sector de la economía, si existe una adecuada financiación. Este talón de Aquiles está presente en el marco financiero que nos rodea. Tras la experiencia de una treintena de proyectos empresariales con sus correspondientes promotores, el corolario obtenido es que se desconoce el universo creativo y sus posibilidades. Esto limita el necesario flujo financiero normal a los negocios creativos y genera una esclerosis empresarial creativa. Transforma a las empresas en ciernes en negocios fantasmas.

Para paliar esta brecha entre las necesidades financieras y el colectivo creativo, se ha constituido Bulka, creado en conjunto con empresarios, profesionales y otras personas similares. Es una asociación de *Business Angels*. Probablemente, casi todo el mundo conoce este instrumento; por lo que sólo exponemos aquí una síntesis de su funcionamiento.

Los *Business Angels* invierten en las fases iniciales de un negocio. Aportan, además del dinero, su conocimiento y contactos. Esto ayuda al emprendedor en los momentos que más lo necesita y facilita su aceptación por parte de los sectores financieros tradicionales.

Es el momento de cerrar los dos primeros pasos comprometidos en el enunciado: experiencias y contribución. Creemos que el nivel de experiencias es suficientemente satisfactorio; aunque probablemente pudiéramos haberlo hecho más y mejor. A esta mejora vamos a dedicar el futuro que tenemos delante de nosotros. Lo mismo sucede con nuestra contribución al acervo común de las industrias creativas. Algo hemos hecho; pero queda muchísimo por realizar. Apenas estamos dando los primeros y vacilantes pasos. Estamos simultáneamente ilusionados y abrumados.

Queda ahora realizar las oportunas reflexiones. La primera reflexión es: ¿son necesarias las industrias de la creatividad? La respuesta es que sí son necesarios y que

deben tener su lugar en el sistema económico; si bien dada su insuficiencia a todos los niveles, requieren un tratamiento especial. Sus mejores aportaciones son: internacionalización, redes físicas y virtuales, espacio de trabajo y un esfuerzo en promover y promocionar vocaciones realmente empresariales.

¿Cuál es la actual situación de estas industrias? Según los diversos estudios se da una situación paradójica. Por un lado aquellos que quieren estar en el campo realmente de los negocios; aceptan sus reglas y quieren contribuir desde ese marco a realizar sus sueños. Junto a estos, de forma también legítima, existe otro colectivo que cree que por diversas circunstancias estas actividades deben ser excluidas del funcionamiento de mercado; aunque fuera mitigado, encuentran un acomodo más práctico en sentirse próximas a los sectores culturales tradicionales, y tienen ideas concretas y piden ayuda para materializarlas. No quieren continuidad; están orientadas a un producto o servicio concreto. Ambos colectivos comparten un rasgo común en la mayoría de los casos: sus sistemas de gestión son bastante endeble; cuando no inexistentes.

¿Cómo perciben y analizan el ambiente que les rodea? Tienen una percepción, compartida mayoritariamente, de que viven en un entorno —Euskadi— que no facilita el ejercicio de actividades creativas. Esa es una losa pesada que frena al posible desarrollo de las industrias en Euskadi y, desde luego, impide que sea un puerto de destino de talento foráneo.

Este marco formado por la percepción del ambiente económico y su necesidad para el progreso económico, acota una serie de reflexiones y alguna recomendación:

- Hay que impulsar el desarrollo de empresas creativas; con su correspondiente corolario de: empresarios, financiación y búsqueda de mercados.
- Es preciso separar aquellas actuaciones que si bien tienen rasgos creativos están mejor encuadradas en actividades culturales, que deben tener un tratamiento específico y singular.
- Deben fomentarse las actividades de las industrias creativas, buscando la colaboración con el resto de los sectores económicos, impulsando los acuerdos entre compañías que permitan desbordar los mercados de Euskadi. De esta forma se puede paliar la salida de talentos con mayor dinamismo y empuje.
- Crear nuevos sistemas de aprendizaje orientados hacia las nuevas profesiones y tendencias.
- Ofrecer espacios para el encuentro, cooperación y exhibición de las realidades que se van alcanzando.
- Realizar actividades conjuntas que permitan una mayor visualización del sector en su totalidad. Recurriendo al *marketing* como elemento esencial de dinamismo.
- Potenciar el empleo del Diseño —una de las actividades creativas clave— en todas sus manifestaciones.
- Digitalizar contenidos y continentes.

Estas son piezas necesarias. No son las únicas ni exclusivas. De esta forma conseguiremos una economía y sociedad más abierta, diversa. Con más probabilidades de encarar los difíciles y largos tiempos que tenemos por delante. Pero nada está definitivamente escrito al respecto.

## 5. DIGIPEN, UN PROYECTO ESTRATÉGICO

Hacer realidad la cadena formación-investigación-innovación-desarrollo empresarial es el reto al que se enfrenta el proyecto DigiPen en el País Vasco, marcándose como meta lograr que las industrias y otras actividades relacionadas con el sector de los videojuegos y la realidad virtual adquieran una presencia significativa y sean un referente en el contexto no sólo vasco sino también español y europeo.

Más allá de las actividades formativas, tanto de grado como de posgrado y de formación continua u ocupacional, DigiPen nace decidida a contribuir a la conformación de un sector de actividad potente, en el que la base sea la disponibilidad de profesionales de primer nivel mundial, como factor de atracción de empresas.

Apoyados en las experiencias anteriores en Redmond, próxima a Seattle (Estado de Washington, USA) y de Singapur, la presencia de DigiPen en Bilbao tratará de emular los logros alcanzados en estos dos lugares, que le han precedido con resultados plenamente satisfactorios.

Aunque es innegable la existencia de una fuerte crisis económica —con unos efectos destructivos en el empleo y la creación de empresas, que exigen actuaciones a corto plazo que los contrarresten— es evidente que la economía vasca necesita evolucionar hacia actividades que incorporen un mayor valor añadido, que sean más innovadoras y competitivas si quiere tener un futuro más próspero.

Guiados por esta óptica más a medio y largo plazo, la Cámara de Comercio de Bilbao —junto con la iniciativa *Creativity Zentrum*— inició y contrató estudios orientados a detectar sectores de actividad que, teniendo una escasa presencia en la Comunidad Autónoma Vasca, podrían ser susceptibles de alcanzar una mayor implantación, sobre las bases innovadoras y competitivas anteriormente citadas.

La investigación se centró en las industrias creativas, al recibir la Cámara, en abril de 2008, el informe encargado al respecto a KEA, consultora belga especializada en la materia.

En el estudio quedaba claro, entre otros aspectos, que existe una carencia significativa de formación y desarrollo profesional competente para las industrias creativas.

Avanzando y concretando los análisis, se dieron los primeros pasos hacia la industria de los videojuegos, en claro crecimiento a nivel mundial y con un enorme desfase entre producción y consumo —mucho más elevado éste— en el mercado vasco, español y europeo. ¿Cuál era la razón fundamental de ello?

La respuesta nos la proporciona el Vicepresidente de *Sony Computer Entertainment World Wide Studios Europe*, que dice lo siguiente:

«La industria podría haber crecido más si hubiéramos tenido más gente formada. Es imprescindible hacer frente, cuanto antes, a la carencia de personas debidamente formadas si queremos mantener nuestra capacidad de hacer videojuegos de impacto mundial».

Directores de recursos humanos de empresas líderes en desarrollo de juegos interactivos mencionan *DigiPen Institute of Technology* como proveedor clave de personal altamente cualificado y preparado para el mundo laboral.

Centrado el tema y dadas la oportunidad y el interés de las empresas y las Administraciones Públicas, acuciados por una coyuntura económica desfavorable y con la necesidad de buscar nuevos sectores de futuro, la Cámara de Comercio de Bilbao (en colaboración con *Creativity Zentrum*) entra en contacto con *DigiPen Institute of Technology*, radicada en Redmond (Washington-USA).

DigiPen USA se caracteriza por tres factores sobresalientes:

- es la decana y quien oferta la formación universitaria y de posgrado más reconocida internacionalmente en su materia;
- desarrolla proyectos de investigación para empresas líderes en el mundo, y
- es el elemento impulsor de nuevas empresas en su entorno.

La calidad de sus programas formativos es fácilmente contrastable mediante consultas con empresas contratantes de sus alumnos, la opinión de estos y los numerosos reconocimientos logrados en dura competencia con las principales universidades e institutos tecnológicos de los Estados Unidos.

Sin ninguna duda, se puede afirmar que DigiPen es en cuanto a formación en videojuegos lo que el MIT (*Massachusetts Institute of Technology*) es en ciencia, ingeniería y economía, o Harvard en *Management*.

De los contactos habidos se llega a alcanzar, primero, un compromiso verbal, al que siguen, posteriormente, un Acuerdo de intenciones y, finalmente, un Contrato de Socios que da lugar a la creación de la empresa *DigiPen Institute of Technology Europe-Bilbao SL*, integrada, en un 51% del capital, por *DigiPen Institute of Technology USA* y el 49% restante por la Cámara de Comercio de Bilbao.

La implantación del *Institute of Technology DigiPen Europe-Bilbao* persigue, entre otras finalidades, las siguientes:

1. Ofrecer la mejor formación a nivel internacional en el ámbito de los videojuegos.
2. Favorecer el desarrollo de un nuevo sector de actividad en Euskadi: «el de los videojuegos y la realidad virtual».
3. Contribuir al impulso de la I+D en Euskadi a través del desarrollo de proyectos en el ámbito de los videojuegos y la realidad virtual.

#### 4. Estimular las inversiones extranjeras en el entorno de Bilbao y su área de influencia.

Tras la constitución de la sociedad, en abril de 2009, se inició el largo proceso dirigido a la obtención de la autorización administrativa para el ejercicio de la actividad universitaria, siguiendo lo establecido en el Decreto 330/1999 del Gobierno Vasco, proceso que finalizó en abril de 2010 al obtenerse dicha autorización.

Desde el punto de vista económico, los videojuegos conforman un sector de actividad de enorme importancia y con unos ritmos de crecimiento espectaculares. Desde la perspectiva tecnológica, por su parte, constituyen la punta de lanza de muchas aplicaciones que son aprovechadas por muchos y variados sectores, desde la aviación hasta la Fórmula 1.

La actividad de los videojuegos ha dejado de ser un espacio exclusivamente lúdico y enfocado a los jóvenes, para transformarse en un sector profesional de alto valor económico, muy tecnificado, y en creciente diversificación.

En ningún caso hablamos de una actividad meramente recreativa. Estamos hablando de muchas actividades creativas de gran profesionalidad, en las que, en su rama de Ciencias, se requiere una gran aptitud en materias tales como las matemáticas, la informática o la física, en tanto que en la rama de Arte es imprescindible una gran sensibilidad y capacidad para el dibujo y la pintura. A ambos, habría que añadir la necesidad de habilidades en la narrativa, conocimientos históricos o literarios, así como de anatomía y otras especialidades del conocimiento que intervienen en la creación de videojuegos.

Pero, además de los conocimientos técnicos, el creador de videojuegos tiene una enorme responsabilidad ante su público potencial al trasladar a éste, a través del videojuego, una serie de principios y valores de gran repercusión personal y social.

Todo ello hace que esta profesión sea muy exigente y que estén llamados a ejercerla quienes reúnan las aptitudes y cualidades más adecuadas en las ciencias y en las artes, unidas a principios éticos y valores sociales de gran significación.

Por tanto, los videojuegos no son un juego, son algo muy serio, reservado para los mejores, los más creativos, para quienes sepan trabajar en equipo y transmitir valores socialmente positivos. Y, además, son una salida profesional muy apetecible y de gran futuro.

Según la Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento (ADESE), las oportunidades de crecimiento del sector de desarrollo de videojuegos son inimaginables: nuevas tecnologías y dispositivos disponibles, hábitos de uso y consumo de juegos en aumento, nuevos modelos de negocio y conexión con las redes sociales. El sector de los videojuegos en el mundo movió en 2009 una cifra estimada de facturación cercana a los 45.000 millones de euros. Para poder visualizar la magnitud de este sector con el resto de industrias del entretenimiento, se puede indicar que, por ejemplo el sector de la música o el cine en EE.UU., representan aproximadamente un 45,4% de los ingresos del sector de videojuegos.

La escasez de técnicos generada por la falta de formación de profesionales está dificultando el crecimiento de las empresas del sector, siendo esta circunstancia particularmente relevante en Europa, donde el mercado de consumo supera en cuatro veces al de producción.

El éxito en el sector de los videojuegos está relacionado con la innovación, la creatividad, en dar un nuevo uso creativo a la tecnología existente y en el testeo constante de los juegos.

La consideración del sector de los videojuegos como un ámbito de interés cultural, fundamental en el desarrollo industrial de España y el reconocimiento a los creadores y emprendedores el carácter de protagonistas de nuestra cultura quedó patente en una declaración del parlamento español, que instó además al Gobierno a facilitar su acceso a todas las ayudas factibles para la promoción de su actividad, la financiación como industria cultural y la internacionalización de sus iniciativas.

Siguiendo estas bases y principios, Digipen Bilbao comienza su actividad a lo largo de 2010, pone en marcha sus dos programas de grado (Simulación interactiva en tiempo real y Bellas Artes en arte digital y animación), participa en *Euskal Encounter* y *Gamerland*, establece contactos con las empresas del sector radicadas en el País Vasco y con las asociaciones existentes en el conjunto del Estado (ADESE, DEV y DOID, principalmente), organiza —junto con «Vadejuegos.com» del Grupo Vócento— un concurso internacional de ideas de videojuego, inicia lazos de colaboración con «Oh Play», pone en marcha los primeros *workshops* y, poco a poco, va dando a conocer su triple propósito: formativo, investigador y de creación de empresas.

Creo que no es exagerado afirmar que Digipen ha significado un revulsivo para el incipiente sector vasco de los videojuegos, que se ha visto, por primera vez, considerado como tal y tenido en cuenta por las administraciones públicas. De hecho, la creación de *Basque Game*, como asociación sectorial, ha contado con el máximo apoyo de Digipen.

Del mismo modo, la propuesta SIP (*Social Innovation Park*) impulsada por DENOKINN tiene en Digipen el motor de dicho proyecto. La implantación de empresas en este espacio de I+D, que abrirán paso a otras empresas locales y multinacionales del sector, va a contar con la presencia del campus de Digipen.

Para finalizar, es innegable que la presencia de Digipen está reforzando la imagen exterior de Bilbao puesto que le sitúa en el triángulo Seattle-Singapur-Bilbao, propicio para el intercambio de alumnos entre los distintos campus de Digipen y el estrechamiento de relaciones de todo tipo entre estas áreas (económicas, tecnológicas, culturales, turísticas, etc.), así como la atracción de talento.

En suma, a pesar de lo novedoso del proyecto, de tratarse de un sector en el que se visualiza más su faceta lúdica que la creativa y de alto nivel técnico, con un brillante presente y un mejor futuro, en el que la sociedad y los gestores públicos no confían, la

realidad va abriéndose camino y, poco a poco, va despuntando su potencial creativo, su interés cultural, su alta tecnología, su profesionalidad. En definitiva, su carácter estratégico para una economía, como la vasca, que ha apostado por sectores económicos en los que la innovación y la creatividad sean sus características más relevantes.

Nunca ha sido fácil realizar apuestas a largo plazo, máxime cuando aprieta el zapato tan a corto plazo. Digipen es una apuesta a largo plazo, estratégica y de país y, como tal, debe ser considerada, convencidos de que olvidarnos del largo plazo o sacrificarlo por lo inmediato es cerrarnos el camino a las grandes oportunidades para encontrarnos con un futuro buscado, y no con un futuro al que nos veamos abocados.

## 6. **EIKEN, CLUSTER DEL AUDIOVISUAL: HACIA EL ‘NUEVO AUDIOVISUAL’**

El Cluster Audiovisual de Euskadi es una organización relativamente joven, en comparación con otras entidades interempresariales similares, que siempre ha tenido muy claro su objetivo principal: potenciar el funcionamiento del sector desde un punto de vista estrictamente industrial y desarrollar su carácter estratégico dentro del entramado económico vasco.

En otras palabras, desde que comenzó la andadura de Eiken a finales de 2004 ha tratado de difundir entre las empresas audiovisuales del país la importancia de entender nuestro negocio como una realidad industrial, más allá de que los productos tengan un componente menos tangible que otros sectores económicos. Debemos ser conscientes de que el mercado nos exige una actuación integral en todos los conceptos y que cuanto más eficiente sea el proceso de creación, más oportunidades de éxito tendrá.

También ha hecho hincapié desde un primer momento en la necesidad de desarrollar la cultura del trabajo en cooperación. Este concepto, que puede ser fácilmente asumible dentro de una organización más o menos estanca, siempre es más difícil de asimilar en una organización como ésta, en la que sus miembros son potenciales competidores en un mercado en el que las ideas, el ingenio y la creatividad tienen un peso crucial.

Afortunadamente, si algo ha demostrado la experiencia en estos 6 años largos de existencia es que nuestras empresas están preparadas para interiorizar y desarrollar este tipo de estrategias. En cierto modo, Eiken ha sido capaz de trasladar las virtudes del modelo colaborativo al terreno real y, lo que es más importante, ha dado lugar al desarrollo concreto de diversos proyectos, que se reseñarán brevemente más adelante.

En este sentido, en Eiken se tiene muy presente que cualquier estrategia de desarrollo pasa, no sólo por contar con una línea de actuación bien definida, sino por ofrecer hechos, acciones y proyectos tangibles. Tal como figura en el Plan Estratégico

co, Eiken aspira a liderar el sector, fomentar la competitividad y la cooperación, impulsar la internacionalización, transferir conocimiento y, por supuesto, también a generar proyectos empresariales específicos. De nada sirve componer un escenario teórico perfecto si luego no somos capaces de llevarlo a la práctica.

Con esto no se quiere decir que el proceso de análisis y observación sea secundario, ni mucho menos. De hecho, si se han desarrollado con éxito diversos proyectos de alcance ha sido precisamente porque se ha llevado a cabo un exhaustivo proceso de estudio y de alerta ante las tendencias, adelantándonos a las necesidades del mercado. Pero, en cualquier caso, el valor de esa información reside en la utilización que se haga de ella después.

### 6.1. Acciones ‘cluster’

Las «acciones cluster» representan el ejemplo más evidente de la materialización de ese compromiso. Mediante diferentes iniciativas promovidas directamente por Eiken hemos tratado de dar respuesta a las carencias que hemos detectado en el conjunto del sector. Entre las más destacadas mencionaríamos la creación de la marca *Basque Audiovisual*, para la promoción de la internacionalización de las empresas vascas; *AnimaBasque-Business*, un mercado internacional de animación que busca la interrelación entre productores de animación y distribuidores; *EikenBANK*, un programa destinado a la captación de talento no profesional para ponerlo en contacto posteriormente con la industria; y *Gidoi faktoria*, la academia especializada para formar futuros guionistas de televisión.

En el caso de *Basque Audiovisual*, Eiken daba forma a una necesidad imperiosa del sector: la de acceder a los mercados exteriores. Bajo esta marca común, las principales empresas audiovisuales del país han estado presentes en los mercados más importantes del mundo, tales como MIPTV o MIPCOM, que se celebran en Cannes, con un creciente nivel de negocio. En este sentido, podemos afirmar que la creación de *Basque Audiovisual* ha supuesto un paso decisivo para la conformación de una estrategia común por parte de todo el sector audiovisual vasco.

En la misma línea podemos mencionar al mercado internacional de animación *AnimaBasque-Business*, surgido como una extensión empresarial del festival de animación *Animabasauri*. En este caso, Eiken detectó la oportunidad que podía surgir al amparo de este certamen, desde el punto de vista del mercado, y apostó por crear un punto de encuentro entre productores y distribuidores con un objetivo eminentemente comercial.

En lo que respecta a *EikenBANK*, podríamos decir que el cluster ha ido un paso más allá. A través de esta iniciativa que pone en contacto al talento no profesional con la industria, Eiken se hace eco de la necesidad del sector en lo que se refiere a creatividad y, por otro lado, dinamiza e impulsa la participación del colectivo más sensible. El objetivo, por tanto, no pasa tanto por obtener productos

concretos —que también han surgido— sino por construir un espacio de relación y colaboración que puede dar frutos de cara al futuro.

Algo parecido sucede con *Gidoi Faktoria*, el primer centro formativo del Estado especializado en guión de televisión. En colaboración con EITB, en cuyas instalaciones se imparten las clases, destacados profesionales del sector están formando a una nueva generación de guionistas, con el objetivo de satisfacer una de las demandas más habituales de las empresas del sector: la falta de profesionales cualificados, claves, por otro lado, en el éxito de cualquier producto audiovisual.

En definitiva, las «acciones cluster» no son más que las expresiones concretas de un análisis permanente de la realidad del sector. Todas ellas comparten un objetivo común —el desarrollo y consolidación de la industria audiovisual vasca— y, por encima de sus resultados a corto plazo, han merecido el reconocimiento y el apoyo de la industria audiovisual vasca, reflejado en el elevado índice de participación de las empresas.

## 6.2. Transformación inminente

Lógicamente, el análisis de la realidad que he mencionado antes no se termina en las «acciones cluster» o en otras iniciativas que, por su menor relevancia, no se han mencionado aquí. Hay que mirar un poco más allá del futuro inmediato y seguir trabajando en la senda marcada en estos seis años de vida.

El sector se encuentra inmerso en una transformación radical donde la incertidumbre es la nota característica. En este nuevo escenario audiovisual el modelo de negocio tradicional está cambiando pero no se conoce cuáles son los modelos que van a funcionar en esta industria de los contenidos digitales de la que el sector audiovisual forma parte. Algunas de las cosas que se hacen actualmente perderán su sentido en breve y tendremos que replantearnos muchas otras. Nuestro objetivo es, por tanto, ofrecer un camino a seguir, una alternativa válida basada en el conocimiento.

Esa es la razón de ser de *Eiken Advance*, una iniciativa que ha merecido el apoyo del Departamento de Industria del Gobierno Vasco por su carácter competitivo, y que, como primer resultado, ya ha permitido identificar algunas de las oportunidades de negocio de ese «nuevo audiovisual». Se trata, por lo tanto, de una respuesta inicial directa al planteamiento realizado en el Plan Estratégico —el necesario salto del modelo tradicional al nuevo audiovisual—, que no se queda en la «teoría», sino que busca y plantea posibles alternativas.

De hecho, ya se ha conseguido poner en marcha dos proyectos surgidos de Eiken Advance, que se centran en el ámbito de los videojuegos y de los *new media content*. A partir de aquí, la labor de Eiken queda en parte limitada al acompañamiento y asesoramiento a las empresas que se han implicado en el proyecto, de manera que encuentren en el apoyo necesario.

Desde el punto de vista del *cluster*, Eiken se encuentra en el camino correcto para posicionar al sector en el «nuevo audiovisual». La experiencia personal con las empresas indica que, por encima de cualquier opinión preconcebida, el sector vasco está dispuesto a trabajar en colaboración y que es consciente de que está en juego mucho más que los resultados económicos a corto plazo. Ahora más que nunca se necesita una asociación fuerte, que dé respuestas a los retos del presente y sienta las bases del desarrollo futuro. Eso es algo que ha sido asimilado perfectamente en este sector, en el que un bien intangible como la creatividad marca muchas veces la frontera entre el éxito y el fracaso.

## 7. DONOSTIA-SAN SEBASTIAN, CAPITAL CULTURAL EUROPEA 2016<sup>3</sup>

El proyecto se pensó desde el principio como un proceso, más como una suma coherente de acontecimientos a lo largo de los diez próximos años, que un evento que se realizará en 2016. En cierto modo se asemeja a un plan estratégico de la cultura. Se plantea como una oportunidad para pensar el sistema sociocultural de la ciudad e incluso, porqué no, del territorio donde se inscribe. Más allá de las celebraciones del 2016, también pensamos en una *década de esperanza* —así lo definimos en el proyecto— porque puede coincidir con el abandono definitivo de las armas por parte de ETA, crearse un nuevo espacio de conciliación social y regeneración política y, por lo tanto, un momento oportuno para que la cultura y la educación también puedan acompañar ese proceso.

En este sentido, hemos apostado, sobre todo, por un proyecto de valores intangibles —cultura de paz y educación en valores— y no por otros modelos que se basan únicamente en la cultura para los espectáculos de masas o la especulación financiera y que aprovechan las inercias de competitividad entre ciudades para camuflar sus inversiones monumentales. No en vano, la primera ponencia que escribí hace tres años y dio origen al primer anteproyecto se titulaba: *La burbuja cultural. Educación, Ecología y Cultura: Un nuevo trinomio social*. Afortunadamente, Donostia/San Sebastián, desde el punto de vista de las infraestructuras y de los equipamientos, ha cubierto ya un ciclo que ha coincidido con el ciclo de expansión económica. Ha disfrutado de un crecimiento moderado y ajustado a su vocación de ciudad de caminos cortos y de escala humana. Por eso apostamos por lo pequeño, lo micro, por la idea del proceso, de trabajar con más capilaridad y de manera más participativa...

Para llevar a buen término el proceso, el proyecto *dss2016eu* plantea un conjunto de metodologías de trabajo, denominados *laboratorios*, en torno a cuestiones relevantes como las tecnologías digitales —*hirikia*, *transmedia*—; en torno al euskera,

<sup>3</sup> Este texto es el resumen revisado de una entrevista realizada al Director cultural de la candidatura de Donostia/San Sebastián a Capital Europea de la Cultura en 2016 después de saber que la ciudad fue la ganadora.

las lenguas y la educación —*h(e)izkuntza*—; en torno al arte y la creatividad —*paga-di*—; en torno a la ciudad, la naturaleza y la ecología —*red de parques culturales*—; y en torno a la participación y energía ciudadana —*auzolab*—. En la medida que estos laboratorios, organizados con los agentes implicados en cada una de esas áreas, son los motores estructurales del proyecto, deberían ponerse en marcha lo antes posible. Más allá del dibujo del programa cultural, que ya viene predeterminado en el proyecto, las dinámicas internas de estos laboratorios deben alimentar y enriquecer el programa definitivo. Dicho de otra manera, concebimos la Capital Europea de la Cultura como una oportunidad para pensarnos, y además hacerlo al lado de agentes internacionales que puedan colaborar en la redefinición o en transformación de nuestro sistema sociocultural.

Al lado y en paralelo de la propia deriva cultural, en la ciudad se producirán, obviamente, una serie de efectos económicos que beneficiarán a un amplio espectro social y empresarial del territorio. Los cálculos que barajamos son los mismos que se han hecho en otras ocasiones e indican que, por cada euro que se invierta, se recuperarán otros diez. La Capital Europea de la Cultura es, ante todo, una marca de prestigio que otorga la Comisión Europea. Aunque la Unión Europea no invierta demasiado en el proyecto —aportan 1.200.000 euros—, y la mayor parte de los recursos necesarios los aportan las instituciones públicas locales, también se genera una marca que puede activar confianza para sumar más medios económicos europeos procedentes de otros fondos y ayudas internacionales. Produce también, por supuesto, confianza en las empresas privadas que quieren invertir sus recursos publicitarios en acontecimientos de reconocido prestigio. Y, finalmente, produce flujos de personas, de influencias, de profesionales, turísticos..., y eso, evidentemente, genera una economía paralela y complementaria en torno a la cultura.

Muchas personas se preguntan qué va a quedar a partir de 2020, cuando finalicen los impactos del proceso de la capitalidad. En primer lugar, el fruto del trabajo realizado a lo largo de esos años en los laboratorios. Los acuerdos que se fueran tomando, tendrían que provocar una nueva relación institucional y una serie de reflejos en el trabajo interdepartamental, una transversalidad que vaya rompiendo ciertas rutinas endogámicas. Se crearán otro tipo de mediaciones diferentes con la sociedad y se habrán propuesto nuevas iniciativas de todo tipo que se sumarán a nuestro mapa cultural.

En segundo lugar, el proyecto apuesta por al arte y creatividad en su conjunto, como herramientas de transformación de nuestros universos simbólicos y lenguajes artísticos, quiere impulsar la construcción de nuevas subjetividades identitarias o de género y por supuesto, propone procesos de distribución de contenidos que aprovechen la potencia digital y todas sus cualidades democratizadoras. Es un proyecto que se identifica con la cultura abierta, entendiendo la difusión en el marco también de dispositivos tecnológicos que permitan una accesibilidad libre multiformato. Lo local, anclado en un mapa de conexiones globales.

En tercer lugar, es un proyecto que traspasa el ámbito municipal de Donostia. Se inscribe, más bien, en un territorio geopoético, configurado en torno a algunos faros que señalan nuestra costa, intentando superar una concepción política territorial convencional. Es decir, es un proyecto que va a más allá de las categorías familiares, municipales, forales, nacionales o estatales. El anteproyecto que dio origen al primer proyecto y pasó el corte de la primera clasificación se denominaba *La potencia de lo real. Más allá de los límites*. Se proponía un programa cultural que se instalara siempre más allá de los límites, que actuara sobre la vida cultural ordinaria de la ciudad para activar, aprovechando la oportunidad irrepetible, un relato extraordinario y expandido. De hecho, casi todas las actividades están pensadas con agentes que viven en nuestra ciudad y en Gipuzkoa, pero se conectan, de manera natural, más allá de los límites: con Bilbao, con Gasteiz, con Baiona y Euskadi por extensión, con Burdeos o París y Francia por extensión, con Sevilla, Madrid, Oporto y España o Portugal, por extensión, con Estrasburgo, Wrocław o Berlín y Europa por extensión o Bojador y África por extensión... De hecho, muchas de las actividades se van a anclar también en esas ciudades. El programa cultural y sus actividades se van a configurar a la manera de círculos concéntricos. San Sebastián y sus alrededores acogerán un porcentaje más alto de actividades, pero éstas conectarán con muchos otros lugares del mundo. Además esta marca viajera contará con plataformas móviles, a modo de embajadas culturales que tomarán cuerpo en un barco, un tren y un circo.

Finalmente, merece la pena recordar que el proyecto ha contado desde el principio con el apoyo de todas las fuerzas políticas presentes en las instituciones. Este ha sido siempre un valor que corresponde a la propia esencia dialógica del proyecto, que además se inspira en la mejor tradición humanista del europeísmo más conciliador. La concesión del título ha coincidido con la llegada de otro grupo político al Ayuntamiento de Donostia y a la Diputación de Gipuzkoa, dos de los socios principales de *dss2016eu*. En la medida que esa fuerza política se incorporó al proyecto de manera natural y democrática, también se confía plenamente en que su liderazgo no supondrá una merma del carácter integrador de *dss2016eu*.

---

# *Accounting for growth in Spain, the Basque Country (and its three Historic Territories), Navarre, and Madrid since 1965*

Este artículo analiza el crecimiento económico en España, el País Vasco (y sus tres territorios históricos), Madrid, y Navarra desde 1965. El crecimiento del capital y la productividad total de los factores (PTF) fueron, en general, el principal motor del crecimiento de la producción desde 1965. Se estudian tres períodos con características muy diferentes. A pesar de que el período reciente 1995-2008 ha mostrado un crecimiento débil de la PTF, en el subperíodo 2003-2007 se da una importante recuperación de las tasas de crecimiento de la producción, la productividad del trabajo, y la PTF. Esto parece ser coherente con un estadio impulsado por la innovación. De entrada hay que advertir de tomar los resultados obtenidos para el País Vasco con cierta precaución dado que varían sustancialmente dependiendo de la fuente de datos empleada. A pesar de que las divergencias han disminuido últimamente, el Instituto Vasco de Estadística ofrece generalmente tasas de crecimiento del valor añadido bruto mayores que las del Instituto Nacional de Estadística.

*Artikulu honek Espainian, Euskal Autonomia Erkidegoan (eta bertako hiru lurralde historikoe-tan), Madrilén eta Nafarroan 1965etik aurrera hazkuntza ekonomikorako egon diren arrazoiak aztertzen ditu. Kapitalaren hazkuntza eta faktoreen produktibitate osoa izan ziren, oro har, produkzioaren eragile nagusiak 1965etik. Ezaugarri oso ezberdinak dituzten hiru aldi azertu dira. Nahiz eta 1995-2008 aldian faktoreen produktibitate osoaren hazkuntza txikia izan, 2003-2007 azpialdiak susperraldi garrantzitsua du produkzioaren hazkuntza-tasetan, lanaren produktibitatean eta faktoreen produktibitate osoan. Badirudi hori guztia bat datorrela berrikuntzak bultzatutako estadioarekin. Azkenik, Euskal Autonomia Erkidegorako eskuratutako emaitzak arretaz hartzeko iradoki da, oso ezberdinak direlako erabilitako datu-iturriaren arabera. Azken aldian desadostasunak murriztu diren arren, Euskal Estatistika Erakundeak Estatistikako Institutu Nazionalak baino hazkuntza-tasa handiagoak eskaini ohi ditu balio erantsi gordinerako.*

This paper analyzes the economic growth for Spain, the Basque Country (and its three historic territories), Navarre, and Madrid since 1965. Overall, capital and total factor productivity (TFP) growth were the main engines of output growth since 1965. Three different periods are characterized. Despite the recent period 1995-2008 has exhibited a poor TFP growth, the subperiod 2003-2007 has shown an important revival for output, labor productivity, and TFP growth rates. This seems to be consistent with an innovation-driven stage. Finally, some caution is suggested on the results for the Basque Country since they change substantially depending on the source of data employed. Despite divergences have narrowed recently, the Basque Statistics Office offers generally higher growth rates for gross value added than those provided by the Spanish counterpart.

## ***Index***

---

1. Introduction
  2. The growth accounting method
  3. A brief review of results
  4. Data sources
  5. The results
  6. Conclusions
- References  
Appendix

Keywords: Economic growth accounting, total factor productivity, Gross Value Added.

JEL Classification: O47, D24.

---

## **1. INTRODUCTION**

The post-war period has been a fruitful period as long as economic progress is concerned. Aggregate economic activity, as measured by gross value added (GVA), grew at an annual average rate of 3.23% in Spain from 1965 to 2008, while labor productivity did at 2.40% on annual average. However, growth did not proceed at a steady pace. Looking from a broader perspective, while the European Union (EU) was «catching up» the United States (US) before 1975 due to the spectacular growth

---

\* This is a completely revised and updated version of a previous working paper. The support of Diputación Foral de Gipuzkoa (through the Departamento para la Innovación y la Sociedad del Conocimiento, via Red Guipuzcoana de Ciencia y Tecnología) and Gobierno Vasco (through the Grant Program to support the activities of research teams from the Basque University System) is gratefully acknowledged. I thank the Editor Alberto Alberdi, and an anonymous referee for their constructive comments. I thank Matilde Mas for all her generous help to handle the data provided by FBBVA-IVIE. I also thank Asier Minondo and Mikel Navarro for providing me some data for this study, for their suggestions on the sources employed, and for all their support. I thank M<sup>a</sup> Ángeles Castillo for her help on the data provided by the Basque Statistics Office (Eustat). The author acknowledges the suggestions and contributions made by anonymous referees in the review process. The remaining errors and omissions are, of course, entirely responsibility of the author.

rate of labor productivity, a productivity slowdown took place until 1995. Labor productivity growth has also performed poorly in the EU since the mid 1990s, falling behind that for the US<sup>1</sup>. A fall in the average growth rate of total factor productivity (TFP), which is also known as multifactor productivity (MFP) and captures technical change very roughly, has usually accompanied to the gloomy performance in labor productivity.

Territories throughout Spain have also performed unevenly, with substantial differences from some periods to others. Looking at how the three autonomous communities with the highest output per capita in Spain<sup>2</sup>, such as the Autonomous Community of the Basque Country (Basque Country, for simplicity), the Foral Community of Navarre (Navarre, for simplicity), the Autonomous Community of Madrid (Madrid, for simplicity), have behaved in the post-war period, we find that the annual average growth rate for the GVA in the Basque Country was 2.93%, whereas labor productivity improved at an annual average growth rate of 2.39% during the period 1965-2008<sup>3</sup>. The figures for Navarre were 3.25% and 2.27%, respectively, and 3.35% and 1.49% for Madrid in the same period.

This paper provides a long term analysis on the proximate sources of economic growth for Spain for the period 1965-2008 focusing on the three leading autonomous communities so that some common patterns on growth paths are extracted<sup>4</sup>. Some attention is also devoted to the impact of information and communication technologies (ICT) and infrastructures on economic growth. Why 1965 is the start date of the analysis needs to be justified. Data availability is a key restriction. Thus we are more inclined to ground our analysis on «harder» sources (such as the Spanish National Institute of Statistics (INE), Fundación BBVA, and especially Fundación BBVA-IVIE<sup>5</sup>), which implies going back to 1965 «only», rather than on the recent «tentative» (and rich) research pursued by Prados de la Escosura and Rosés (2009) for the period 1850-2000<sup>6</sup>. Additionally, the

<sup>1</sup> See, for example, O'Mahony and van Ark (2003), Timmer, Ypma and van Ark (2003), Sapir et. al. (2004), and van Ark, O'Mahony and Ypma (2007), Cetté, Fouquin, and Sinn (2007), van Ark, O'Mahony, and Timmer (2008), and Mas and Robledo (2010) for the EU, Mas and Quesada (2005), Gual, Jódar and Ruiz (2006), Escribá and Murgui (2007), and Pérez and Robledo (2010) for Spain, and Erauskin (2008a, 2008b, 2009) for the EU, the US, Spain, the Basque Country, and Navarre.

<sup>2</sup> See, for instance, the results released by the Spanish Statistical Office (INE) at [http://www.ine.es/daco/daco42/cre00/c10d\\_cre.xls](http://www.ine.es/daco/daco42/cre00/c10d_cre.xls) (23 March 2010).

<sup>3</sup> If we look at the data provided by the National Institute of Statistics (INE) figures were at 2.52% and 1.93%, respectively.

<sup>4</sup> The impact of intangibles (capital) on economic growth is also receiving much attention, following recent research by Corrado, Hulten, and Sichel (2006).

<sup>5</sup> More on this can be found in Section 4 below.

<sup>6</sup> See also the interesting discussion created around the estimation of the «true» series of GDP [Maluquer (2009a), (2009b), and Prados de la Escosura (2009)].

choice is related to the fact that the paper focuses on the performance of the Basque Country (including Araba, Bizkaia, and Gipuzkoa), Navarre, and Madrid, and on the impact of ICT technologies and infrastructures on economic growth, which also restricts the period of analysis to 1965-2008.

The paper shows, first, that output and labor productivity growth have been substantial from 1965 onwards. The three periods characterized exhibit important differences in performance, as in the EU: catching up, low productivity, and falling behind the US. We then show that TFP and capital growth have been the main engines of output growth since 1965, even though important differences arise in the economic performance from some periods to others. This is consistent with the evidence found in previous studies<sup>7</sup>. Thus, as Prados de la Escosura and Rosés (2009, p. 1064) point out, between 1850 and 2000, «Factor accumulation dominated long-run growth up to 1950, while efficiency gains led thereafter and, especially, during periods of growth acceleration». Labor contribution has been dominant recently, with an increasing ICT contribution, even though it remains behind that for the US. However, the subperiod 2003-2007 shows a spectacular positive dynamism for all the Spanish territories, but for the Basque Country especially, in terms of output, labor productivity and TFP growth rates. It also brings forward why this is so. Finally, we suggest that the results for the Basque Country should be taken with some caution since different sources of data lead to important differences in the results<sup>8</sup>: as a rule of thumb, the annual average growth rate of GVA provided by the Basque Statistics Office (Eustat) is between 0.25 and 1 percentage points above that offered by the Spanish one (INE) due to differences in GVA deflators (mainly recently) and values in current prices. Divergences have narrowed substantially in the most recent period.

This paper is organized as follows. In Section 2 the standard framework of growth accounting is revised. Section 3 briefly summarizes the results of previous studies. In Section 4 the sources employed are described. The main results of the analysis are shown in Section 5. First, the performance of Spain is analyzed, and compared to that for the EU, and the US. Then the study focuses on the three autonomous communities, such as the Basque Country, Navarre, and Madrid. Finally, the performance of the three historic territories of the Basque Country, such as Araba, Bizkaia, and Gipuzkoa, is studied. Section 6 concludes.

<sup>7</sup> See Section 3 below.

<sup>8</sup> Prudence would suggest that this caution should probably be extended to other territories as well.

## 2. THE GROWTH ACCOUNTING METHOD<sup>9</sup>

Growth accounting is a method to study the proximate causes of growth (Bosworth y Collins, 2003, p. 114). The principal framework of analysis for economic growth accounting is based on the pioneer work by Solow (1957).<sup>10</sup> The analysis starts from a standard neoclassical production function,

$$Y_t = A_t \cdot F(L_t, K_{INF,t}, K_{ICT,t}, K_{O,t}) \quad (1)$$

where  $Y$  denotes output,  $A$  the level of technology (Hicks-neutral or output augmenting), or TFP,  $L$  labor, and  $K$  capital, with 3 types of capital. Subscript INF refers to (road, water, railway, airport, port and urban) infrastructures, ICT to Information and Communications Technologies (Hardware or Office machinery and computer equipment, Software, and Communications), and O to other types of (non-residential) capital (such as Constructions other than dwellings and the infrastructures referred earlier, Transport equipment, and Machinery, equipment and other products, except hardware, software or communications)<sup>11</sup>. Labor input is measured as hours worked, unadjusted for changes in the composition of labor. Capital input is measured as the value of the capital services provided (Jorgenson and Griliches, 1967).

Assuming competitive factor markets, then the growth rate of production can be disaggregated into the growth rate of TFP, on the one hand, and the growth rate of inputs (adjusted by their contribution to output), on the other hand,

$$\Delta \ln Y_t = \Delta \ln A_t + \bar{\alpha}_{L,t} \cdot \Delta \ln L_t + \bar{\alpha}_{KINF,t} \cdot \Delta \ln K_{INF,t} + \bar{\alpha}_{KICT,t} \cdot \Delta \ln K_{ICT,t} + \bar{\alpha}_{KO,t} \cdot \Delta \ln K_{O,t} \quad (2)$$

where

$\bar{\alpha}_{L,t} = \frac{1}{2} \cdot [\alpha_{L,t} + \alpha_{L,t-1}]$  is the average share of labor compensation in total output,

$\bar{\alpha}_{KINF,t} = \frac{1}{2} \cdot [\alpha_{KINF,t} + \alpha_{KINF,t-1}]$  is the average share of the value of capital services provided by infrastructures in total output,

$\bar{\alpha}_{KICT,t} = \frac{1}{2} \cdot [\alpha_{KICT,t} + \alpha_{KICT,t-1}]$  is the average share of the value of capital services provided by information and communications technologies in total output, and

<sup>9</sup> The content of this section draws heavily from Erauskin (2008a). See also Barro and Sala-i-Martin (2004, chap. 10), and Mas and Quesada (2005, Ch. 8).

<sup>10</sup> The initial studies on growth accounting go back to the 30s, but Solow (1957) is the main contributor to the literature on growth accounting since it integrates explicitly economic theory into the accounting exercise (Griliches, 2000, p. 12).

<sup>11</sup> See Mas, Pérez, and Uriel (2005b) for more details.

$\bar{\alpha}_{KO,t} = \frac{1}{2} \cdot [\alpha_{KO,t} + \alpha_{KO,t-1}]$  is the average share of the value of capital services provided by other types of capital in total output.

Then the share of the compensation of employees (including an imputation for self-employed persons),  $CE$ , in total output,  $Y$ , is defined as

$$\alpha_{L,t} = \frac{CE_t}{Y_t},$$

the share of the value of capital services provided by infrastructures,  $VCS_{KINF}$  in total output, as

$$\alpha_{KINF,t} = \frac{VCS_{KINF,t}}{Y_t},$$

the share of the value of capital services provided by ICT,  $VCS_{KICT}$  in total output, as

$$\alpha_{KICT,t} = \frac{VCS_{KICT,t}}{Y_t},$$

and the share of the value of capital services provided by other types of capital,  $VCS_{KO}$ , in total output, as

$$\alpha_{KO,t} = \frac{VCS_{KO,t}}{Y_t}, \text{ where}$$

$$\alpha_{L,t} + \alpha_{KINF,t} + \alpha_{KICT,t} + \alpha_{KO,t} = 1.$$

If we have data on the quantities,  $Y$ ,  $L$ , and  $K$ , and on the input shares,  $\alpha_L$ ,  $\alpha_{KINF}$ ,  $\alpha_{KICT}$ , and  $\alpha_{KO}$ , then the growth rate of TFP,  $\Delta \ln \mathbf{A}_t$ , can be calculated as the growth rate of output that cannot be attributed to the growth rate of inputs (weighted by their respective contributions), from equation (2) as,

$$\Delta \ln \mathbf{A}_t = \Delta \ln Y_t - \bar{\alpha}_{L,t} \cdot \Delta \ln L_t - \bar{\alpha}_{KINF,t} \cdot \Delta \ln K_{INF,t} - \bar{\alpha}_{KICT,t} \cdot \Delta \ln K_{ICT,t} - \bar{\alpha}_{KO,t} \cdot \Delta \ln K_{O,t}, \quad (3)$$

that is, as a «residual». Thus the term  $\Delta \ln \mathbf{A}_t$  is usually known as Solow residual, or a «measure of our ignorance» (Abramowitz, 1956). It captures shifts in the production function, which can be caused by «technical innovations, organizational and institutional changes, changes in societal attitudes, fluctuations in demand, changes in factor shares, omitted variables, and errors of measurement» (Hulten, 2001, p. 40): it needs not to be equal to technical change<sup>12</sup>. More recently, Timmer, O'Mahony and van Ark (2007, pp. 4-5, footnote 4) point out that «under strict neo-classical assumptions, MFP growth measures disembodied technological change. In practice, MFP is derived as a residual and includes a host of effects such as improvements in allocative and technical efficiency, changes in returns to scale and mark-ups and technological change proper. All these effects can be broadly summarised as

<sup>12</sup> See Hulten (2001, p. 8, footnote 5).

«improvements in efficiency», as they improve the productivity with which inputs are being used in the production process. In addition, being a residual measures MFP growth also includes measurement errors and the effects from unmeasured output and inputs». This is also the approach we follow in the paper. Please note that changes in the composition of the labor force (or «labor quality») are not taken into account in order to compare more consistently the performance of different economies, as data is not available with respect to the three historic territories of the Basque Country: those changes will be attributed to TFP growth.

Alternatively, equation (2) can be rewritten in intensive terms, that is, measured in hours worked, as

$$\Delta \ln Y_t - \Delta \ln L_t = \Delta \ln A_t + \bar{\alpha}_{KINF,t} \cdot (\Delta \ln K_{INF,t} - \Delta \ln L_t) + \bar{\alpha}_{KICT,t} \cdot (\Delta \ln K_{ICT,t} - \Delta \ln L_t) + \bar{\alpha}_{KO,t} \cdot (\Delta \ln K_{O,t} - \Delta \ln L_t) \quad (4)$$

where the growth rate of GDP per hour is decomposed into the growth rate in TFP plus the growth rate in capital intensity (weighted by her contribution). Then the growth in TFP can be derived from (4) as,

$$\Delta \ln Y_t - \Delta \ln L_t = \Delta \ln A_t + \bar{\alpha}_{KINF,t} \cdot (\Delta \ln K_{INF,t} - \Delta \ln L_t) + \bar{\alpha}_{KICT,t} \cdot (\Delta \ln K_{ICT,t} - \Delta \ln L_t) + \bar{\alpha}_{KO,t} \cdot (\Delta \ln K_{O,t} - \Delta \ln L_t) \quad (5)$$

Equations (2), (3), (4) or (5) have been obtained using non-econometric procedures. This is the estimation method most frequently used in the literature. However, those equations can also be estimated using an econometric approach. The main advantage of the econometric method is that there is no need to assume that the marginal social product of inputs coincides with the observed prices of inputs. Additionally, it allows introducing adjustment costs and variations in capacity utilisation, or other forms of technical change (apart from the Hicks-neutral specification). It is not required to assume, in general, constant returns to scale. However, it has many disadvantages. First, the growth rate of inputs cannot be taken as exogenous with respect to the changes in the growth rate of TFP. Second, in case measurement errors arise in the growth rate of inputs, then the estimates would be inconsistent. This is especially relevant for capital. Third, estimations often raise complex econometric issues and it cast doubts on the robustness of results sometimes. This also implies that it loses attractiveness for statistical offices. Finally, the regression equation should be extended so that changes in input shares and the growth rate of TFP are allowed as time evolves. Given the numerous problems associated to the regression method we are inclined to adopt the non econometric approach despite this choice is not problem free either<sup>13</sup>. The non econometric method requires quantifying previously input shares in total output, thus postulating a

<sup>13</sup> See Barro and Sala i Martín (2004, pp. 441-442) and OECD (2001a, pp. 18-19) for a discussion on this. Please note that the non econometric approach, as employed here, does not impose the restriction that constant returns to scale are satisfied.

relationship between production elasticities and income shares, which may or may not be true. We admit that to some degree our choice is a question of taste. In the end, both approaches are probably better seen as complements (Hulten, 2009).

### 3. A BRIEF REVIEW OF RESULTS

Several studies have analyzed the sources of economic growth for Spain as a whole. However, very few have studied the sources of growth for the autonomous communities and provinces of Spain. Additionally, the results of those studies differ due to the methodologies (econometric or not)<sup>14</sup>, and data sets (provided by international, national or local statistics offices) employed and, of course, due to the different time periods analyzed. Erauskin (2008a) provides an overview on this literature. Here we briefly review the main results and add the most recent evidence on this issue.

Escribá and Murgui (1998), and Goerlich and Mas (2001) showed that the growth rate in TFP was the most important source of economic growth in Spain when focusing on extended periods, 1980-1993 and 1965-1996, followed by the contribution of private capital. The contribution of labor was residual.

However, as O'Mahony and van Ark (2003, p. 17) have pointed out, «since the mid 1990s the average growth rates of real GDP, labour productivity and total factor productivity in the European Union have fallen behind those in the United States. What makes this remarkable is that this is the first time since World War II that these performance measures have shown lower growth rates for the EU for several years in a row». The weaker impact of ICT on growth seemed to play a crucial role [Timmer, Ypma and van Ark (2003)]. This was also broadly confirmed by Mas and Quesada (2005) for Spain in their study on the impact of ICT capital on economic growth in the period 1985-2002.

Mas and Robledo (2010)<sup>15</sup> have recently provided evidence on the performance of advanced countries for the period 1980-2005, based on the EU KLEMS database. As shown in Table 1, in Japan and EU-15ex<sup>16</sup> output growth (much higher in Japan) was mainly sustained by non-ICT capital and TFP growth for the first period 1980-

<sup>14</sup> Additionally, there are other minor methodological differences. For instance, some studies make some adjustment to output to exclude actual and imputed rents paid in the case of owner-occupied dwellings since residential capital is excluded [Timmer, Ypma, and van Ark, (2003)]. Others exclude rents from output, and the contribution of domestic service from output and employment [Mas and Quesada (2005)], for example.

<sup>15</sup> See Mas (2010) for a brief review on the same issue.

<sup>16</sup> EU-15ex comprises Austria, Belgium, Denmark, Finland, France, Germany, Italy, the Netherlands, Spain, and United Kingdom, that is, the former EU-15 excluding Greece, Ireland, Luxembourg, Portugal, and Sweden.

1995. Instead, labor contribution was predominant to explain output growth in the US (lower than in Japan but higher than in the EU-15ex). Things changed in the mid-90s. Table 2 captures the main results. Japan exhibited a much poorer performance in the second period 1995-2005: low output growth, explained by a negative contribution of labor and a poor contribution of TFP. The US showed an important growth in output, backed by a substantial TFP growth and, more notably, ICT capital contribution. While EU-15ex grew at similar rates, the sources of growth changed enormously: the poor performance of TFP growth was a key feature of the period. This is also much truer for Spain since TFP contribution became negative, with an important contribution of labor during 1995-2005.

Van Ark, O'Mahony, and Timmer (2008, p. 25) have recently argued that «the European productivity slowdown is attributable to the slower emergence of the knowledge economy in Europe compared to the United States». Three are the main (complementary) explanations for the productivity divergence: lower contribution of ICT capital, technology-producing industries imply a relatively smaller share in the EU, and lower TFP growth. This is directly related to how European labor markets work, and the high regulation of product markets in the EU. Market services sectors would play a key role explaining why the EU is falling behind, according to van Ark, O'Mahony, and Timmer (2008).

Pérez and Robledo (2010) have described the experience of output growth in Spain during 1970-2007 attributed mainly to the contribution of capital accumulation and, lately, to the contribution of labor. TFP growth has not been the main force behind the engine of growth. However, they argue, this pattern is also applicable to the majority of economies. The major (and differential) drawback has been the declining role of TFP growth in the last period 1994-2007. Three are the standard causes suggested for the poor performance of TFP growth. The first is associated to the fact that too much investment has been oriented to the building sector and mainly to residential buildings. The second cause has to do with the additional orientation of investment (other than to the building sector): it has been directed to services, rather than manufacturing. The third is to be found in deficiencies in the education (despite new entrants in the labor market have higher qualifications) and the inadequate working of the labor market: the contribution of human capital to growth has been weak. They also attribute the poor performance in TFP to an additional fourth source: the unproductive overinvestment in productive assets. Thus a good deal of non-residential investments seek profits in the short run (derived from price increases in land and buildings), rather than improvements in productivity.

Erauskin (2008a) studied the sources of economic growth for the Basque Country (and its three historic territories), Navarre, and Spain for the period 1986-2004<sup>17</sup> (Table 3). Growth rates were higher during 1995-2004 than in the pe-

<sup>17</sup> These results are also briefly described in Erauskin (2008c) for a wider audience.

riod 1986-1995. The figures for the Basque Country were lower than for Spain and Navarre. Labor and capital were the main engines of economic growth during 1986-2004. The role of TFP growth was residual and it was declining, even reaching negative figures. Similar results were found by Erauskin (2008b) from a sectoral perspective for the period 1986-2000, despite remarkable differences arise across industries.

**Table 1. SOURCES OF GROSS VALUE ADDED GROWTH  
MARKET ECONOMY. 1980-1995**

|                                             | Japan | US   | EU-15ex | Spain |
|---------------------------------------------|-------|------|---------|-------|
| GVA growth. (1)                             | 3.87  | 2.97 | 2.06    | 2.42  |
| Total contribution of labor. (2)=(3)+(4)    | 0.39  | 1.19 | 0.02    | 0.31  |
| Hours worked. (3)                           | 0.11  | 0.95 | -0.28   | -0.01 |
| Changes in the composition of labor. (4)    | 0.27  | 0.24 | 0.30    | 0.32  |
| Contribution of capital, Total. (5)=(6)+(7) | 1.98  | 1.12 | 1.06    | 1.44  |
| Contribution of capital, Non-ICT. (6)       | 1.52  | 0.60 | 0.67    | 0.98  |
| Contribution of capital, ICT. (7)           | 0.46  | 0.52 | 0.38    | 0.47  |
| Contribution of TFP. (8)=(1)-(2)-(5)        | 1.51  | 0.65 | 0.98    | 0.66  |

Source: Mas and Robledo (2010, pp. 109-110).

**Table 2. SOURCES OF GROSS VALUE ADDED GROWTH  
MARKET ECONOMY. 1995-2005**

|                                             | Japan | US   | EU-15ex | Spain |
|---------------------------------------------|-------|------|---------|-------|
| GVA growth. (1)                             | 0.99  | 3.69 | 2.20    | 3.61  |
| Total contribution of labor. (2)=(3)+(4)    | -0.52 | 0.66 | 0.64    | 2.55  |
| Hours worked. (3)                           | -0.94 | 0.37 | 0.42    | 2.15  |
| Changes in the composition of labor. (4)    | 0.42  | 0.28 | 0.21    | 0.40  |
| Contribution of capital, Total. (5)=(6)+(7) | 1.06  | 1.34 | 1.19    | 1.91  |
| Contribution of capital, Non-ICT. (6)       | 0.61  | 0.57 | 0.62    | 1.44  |
| Contribution of capital, ICT. (7)           | 0.46  | 0.77 | 0.57    | 0.47  |
| Contribution of TFP. (8)=(1)-(2)-(5)        | 0.45  | 1.70 | 0.38    | -0.85 |

Source: Mas and Robledo (2010, pp. 112-113).

Table 3. **SOURCES OF GROSS VALUE ADDED GROWTH. 1986-2004**

|                                                     | EU-15ex | US   | Spain | The Basque Country | Navarre |
|-----------------------------------------------------|---------|------|-------|--------------------|---------|
| GVA growth. (1)                                     | 2.21    | 2.89 | 3.14  | 2.50               | 3.15    |
| Contribution of labor. (2)                          | 0.55    | 1.02 | 1.48  | 1.17               | 1.41    |
| Contribution of capital, Total. (3)=(4)+(7)         | 1.20    | 1.18 | 1.21  | 0.97               | 1.34    |
| Contribution of capital, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 0.76    | 0.60 | 0.87  | 0.66               | 0.97    |
| Contribution of capital, Public infrastructure. (5) |         |      | 0.12  | 0.10               | 0.09    |
| Contribution of capital, Other Non-ICT. (6)         |         |      | 0.74  | 0.56               | 0.88    |
| Contribution of capital, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.44    | 0.58 | 0.35  | 0.31               | 0.36    |
| Contribution of capital, Hardware. (8)              |         |      | 0.18  | 0.17               | 0.20    |
| Contribution of capital, Software. (9)              |         |      | 0.08  | 0.07               | 0.07    |
| Contribution of capital, Communications. (10)       |         |      | 0.09  | 0.07               | 0.10    |
| Contribution of TFP. (10)=(1)-(2)-(3)               | 0.47    | 0.68 | 0.44  | 0.36               | 0.40    |

Source: Erauskin (2008a, p. 47).

#### 4. DATA SOURCES

The data for the EU and the US is based entirely on the EU KLEMS Growth and Productivity Accounts database: GVA, GVA (volume indices), number of hours, labor compensation, capital compensation, ICT share, Non-ICT share, Labor services (volume indices), ICT capital services (volume indices), Non-ICT capital services (volume indices), and so on. Even though the availability of data goes back to 1970, the complete data set is found only from 1980 onward for growth accounting purposes<sup>18</sup>.

The data for Spain has been obtained from two different sources. Results based on both sources will be shown in the analysis, so that they can be compared. On the one hand, EU KLEMS provides the complete data set for Spain, as for the EU and the US.

On the other hand, the data on National Accounts for Spain and the Spanish territories has been gathered from the Contabilidad Regional de España database from the Instituto Nacional de Estadística (INE), for the periods 1986-1995 (base 1986), and 1995-2005 (base 2000): GVA at factor prices (until 1995), Total GVA (from 1995 onward), GVA deflator, total employment, number of employees, gross compensation of employees, and so on. The data prior to 1986 (going back as far as 1954) is provided

<sup>18</sup> Changes in the composition of the labor force are available from 1980 onwards, while the rest of the variables can be traced back to 1970.

by the database constructed by Fundación BBVA (FBBVA) during many years [Fundación BBVA (1999)]: GVA, and so on. The data on the number of hours worked in each country (per worker and per year) has been obtained from the EU KLEMS database<sup>19</sup>. In addition, Fundación BBVA and Instituto Valenciano de Investigaciones Económicas (FBBVA-IVIE) provide the database for the estimates of the capital stock in the Spanish territories so that the value of capital services can be computed. Mas, Pérez and Uriel (2005b) were the first estimating the capital stocks for Spain as a whole (1964-2002), following the new methodology suggested by the OECD (2001a; 2001b)<sup>20</sup>. The first estimates for Spain and each of its provinces (1964-2003) can be found in Mas, Pérez and Uriel (2006a)<sup>21</sup>. The methodology to obtain the value of capital services in this paper follows Mas, Pérez and Uriel (2005b) with the most recent data provided by Mas, Pérez and Uriel (2010) for the period 1965-2009 for Spain, but 1965-2008 for the autonomous communities. The availability of data on capital stock restricts the complete period of analysis from 1965 to 2008.

In addition, the Basque Statistics Office (Eustat) provides an independent database on many series for the Basque Country as a whole (as well as for each of the historic territories). Only data on GVA and employment is available on a regular basis since 1980. Results based on the data provided by Eustat are also shown in the analysis, so that they can be compared again to those based on the data provided by INE. Important differences between these sources arise, as it will be shown below.

Finally, please note that no adjustment has been made in the data other than excluding residential capital from the estimates on capital stock<sup>22</sup>.

## 5. THE RESULTS

The evidence on growth accounting will be shown in three stages. First, Spain (with data based on both INE and FBBVA-IVIE, and EU KLEMS), the EU, and the US take the lead. Then the results for the Basque Country (with data based on both INE and Eustat), Madrid, and Navarre will be shown. Finally, the performance of the three historic territories of the Basque Country, such as Araba, Bizkaia, and Gipuzkoa, is studied. The time span ranging from 1965 to 2008 has typically been divided into three

<sup>19</sup> For simplicity, the number of hours worked per worker and per year in the Spanish territories are assumed to be equal to that in Spain.

<sup>20</sup> This methodology has been recently revised (OECD, 2009). Results for Spain following the new methodology are not available yet.

<sup>21</sup> See Mas, Pérez and Uriel (2006b) for a brief summary of the new methodology.

<sup>22</sup> Adjustments usually imply excluding actual and imputed rents paid in the case of owner-occupied dwellings (since residential capital is excluded) [Timmer, Ypma, and van Ark, (2003)], or excluding rents from output, and the contribution of domestic service from output and employment [Mas and Quesada (2005)].

periods. Thus in the immediate postwar period (in our case restricted to 1965-1975), «European productivity growth was characterized by a traditional catch-up pattern based on the imitation and adaptation of foreign technology, coupled with strong investment and supporting institutions» [van Ark, O'Mahony, and Timmer (2008)]<sup>23</sup>. Then the convergence process stopped: a «productivity slowdown» took place during two decades approximately. However, European figures were above American ones. Finally, European productivity performed worse than the American one in the most recent period 1995-2007. This has been dubbed as «Europe's falling behind», where ICT performance in the US played a key (positive) role. Some information on the subperiod 2003-2007 has also been provided to get an idea on how the economy performed right before the crisis reached: these years contain substantially different (and positive) features compared to those of the recent period 1995-2008<sup>24</sup>. Finally, please note that the evidence for the EU, and the US has been restricted to the period 1980-2007 due to data availability on the sources of growth (EU KLEMS database).

### 5.1. The evidence for Spain

Spain has outperformed the EU and US in average growth rates of output and TFP in the whole period 1965-2008 (Table 4)<sup>25</sup>. TFP and capital growth were clearly the main engines of economic growth in Spain for the whole period. ICT contributed modestly (0.32%) to output growth in Spain. However, the contribution of ICT capital in Spain was slightly stronger than for the EU during 1980-2007, remaining far behind the figures for the US<sup>26</sup>. Public infrastructures contributed only (and stably) around 0.1% to output growth.

<sup>23</sup> Their study goes back to 1950 and finishes in 2006, but their analysis on the sources of growth has been restricted to 1980-2004 due to data availability (EU KLEMS database). Additionally, please note that, even though in their paper the first period finishes in 1973, in this paper it finishes in 1975 in Spain (instead of 1973) because the change of gear comes a bit later for Spain.

<sup>24</sup> Future data will show the full consequences of the current crisis. As Mas and Robledo (2010, p. 30, footnote 12) point out, the data in 2008 does not exhibit the severe implications of the crisis yet. Additionally, they suggest that it will be reasonable to analyze the period 1995-2006 from the subsequent ones separately. However, since the economy achieved in 2007 a high growth rate as well (in 2008 the economy decelerates severely), we are inclined to include 2007 coherently in the short subperiod starting in 2003.

<sup>25</sup> The contribution of labor includes changes in the composition of the labor force (or «quality of labor»), as well as changes in the number of hours worked in the results for Spain (EU KLEMS), the EU and the US. Additionally, the evidence on growth accounting for the EU refers only to 10 «old» European countries (EU-15 except Greece, Ireland, Luxembourg, Portugal, and Sweden).

<sup>26</sup> Please note that there some differences between our own estimation based on INE, FBBVA, and FBBVA-IVIE, and that based on EU KLEMS, basically focused on capital stocks. It worth noting that in the EU KLEMS estimation the user cost is based on the endogenous procedure and harmonized geometric rates of depreciation, whereas FBBVA-IVIE employs an exogenous approximation, and age-efficiency hyperbolic functions (See Mas and Robledo, 2010, p. 20).

Spain was characterized in the first period 1965-1975 by a very high average growth rate sustained by a very high average TFP growth rate (Figure 1)<sup>27</sup>. In the next period 1975-1995 we find lower growth rates of output and TFP, but figures were still remarkable. In the recent period 1995-2008, high output growth was backed fundamentally by labor growth, except for the EU (Table 5). The growth in TFP declined substantially (except for the US) and it even became negative in Spain. The contribution of ICT capital increased in the recent period 1995-2008, but it remained behind the level achieved in the US. The most recent data for the period 2003-2007 in Spain does show some improvement in output and TFP growth. We will turn to this issue below. In terms of labor productivity, average growth rate of output per hour in Spain was very high for the whole period and growth in TFP was the main engine of growth, rather than capital intensity. However, growth in output per hour, and contributions made by capital per hour and TFP have been declining over the years. In contrast, subperiod 2003-2007 (not shown) exhibits some labor productivity and TFP «growth revival» in Spain.

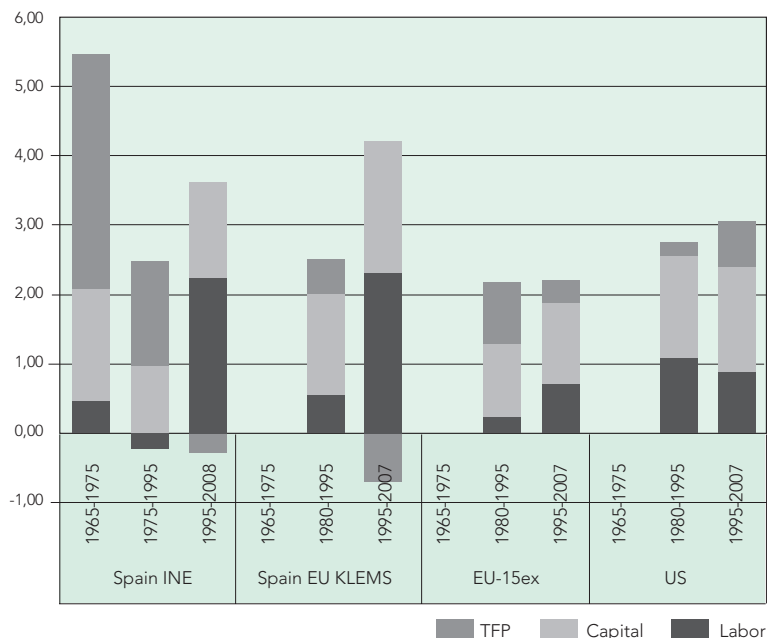
Table 4. **SOURCES OF GROSS VALUE ADDED GROWTH. 1965-2008**

|                                                     | Spain<br>INE-FBBVA-<br>IVIE | Spain<br>EU KLEMS<br>1980-2007 | EU-15ex<br>EU KLEMS<br>1980-2007 | US<br>EU KLEMS<br>1980-2007 |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|
| GVA growth. (1)                                     | 3.23                        | 2.96                           | 2.19                             | 2.89                        |
| Contribution of labor. (2)                          | 0.64                        | 1.37                           | 0.47                             | 1.02                        |
| Contribution of capital, Total. (3)=(4)+(7)         | 1.18                        | 1.64                           | 1.09                             | 1.49                        |
| Contribution of capital, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 0.86                        | 1.21                           | 0.71                             | 0.82                        |
| Contribution of capital, Public infrastructure. (5) | 0.10                        |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital, Other Non-ICT. (6)         | 0.76                        |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.32                        | 0.43                           | 0.37                             | 0.67                        |
| Contribution of capital, Hardware. (8)              | 0.17                        |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital, Software. (9)              | 0.07                        |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital, Communications. (10)       | 0.09                        |                                |                                  |                             |
| Contribution of TFP. (10)=(1)-(2)-(3)               | 1.42                        | -0.04                          | 0.64                             | 0.39                        |

Sources: EU KLEMS database (for Spain (1980-2007), the EU and the US), INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database and EU KLEMS database (for Spain), and our own elaboration. The contribution of labor includes the impact of changes in the composition of the labor force for Spain (1980-2007), the EU-15ex and the US.

<sup>27</sup> Please note that full results in different periods are relegated to the Appendix of this paper (Tables A1 to A6). A few results for the period 2003-2007 are provided (within parentheses) in the same Table for the period 1995-2008 in order to gain some additional insights for the subperiod with higher dynamism.

Figure 1.

**SOURCES OF GROSS VALUE ADDED GROWTH IN SPAIN, THE EU AND THE US**

Sources: EU KLEMS database (for Spain (1980-2007), the EU and the US), INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database and EU KLEMS database (for Spain), and our own elaboration. The contribution of labor includes the impact of changes in the composition of the labor force for Spain (1980-2007), the EU-15ex and the US.

Table 5.

**SOURCES OF GROSS VALUE ADDED GROWTH. 1995-2008**

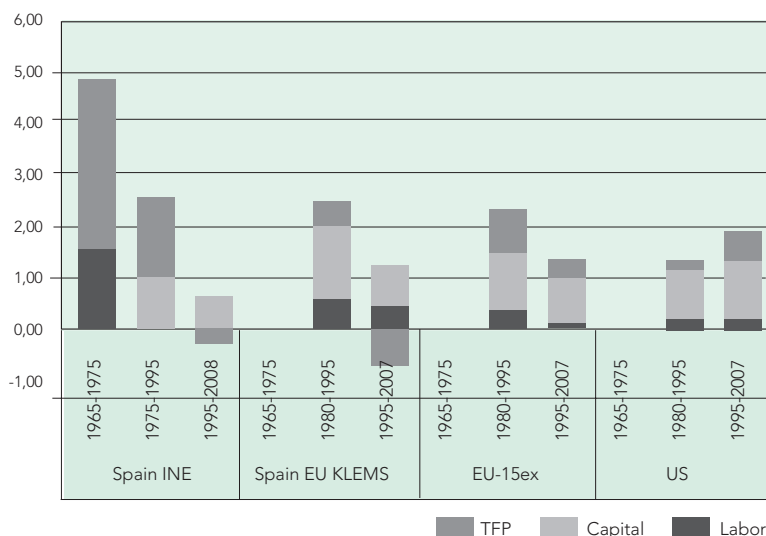
|                                                     | Spain<br>INE-FBBVA<br>-IVIE | Spain<br>EU KLEMS<br>1995-2007 | EU-15ex<br>EU KLEMS<br>1995-2007 | US<br>EU KLEMS<br>1995-2007 |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|
| GVA growth. (1)                                     | 3.34 (3.55)                 | 3.52 (3.57)                    | 2.22 (2.42)                      | 3.05 (2.93)                 |
| Contribution of labor. (2)                          | 2.27                        | 2.32                           | 0.73                             | 0.92                        |
| Contribution of capital, Total. (3)=(4)+(7)         | 1.35                        | 1.89                           | 1.13                             | 1.50                        |
| Contribution of capital, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 0.89                        | 1.43                           | 0.69                             | 0.76                        |
| Contribution of capital, Public infrastructure. (5) | 0.11                        |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital, Other Non-ICT. (6)         | 0.78                        |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.45                        | 0.46                           | 0.44                             | 0.74                        |
| Contribution of capital, Hardware. (8)              | 0.22                        |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital, Software. (9)              | 0.10                        |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital, Communications. (10)       | 0.13                        |                                |                                  |                             |
| Contribution of TFP. (10)=(1)-(2)-(3)               | -0.27 (0.29)                | -0.69 (-0.53)                  | 0.36 (0.73)                      | 0.63 (0.74)                 |

The figures within parentheses show the results for Spain, the EU-15ex, and the US for the period 2003-2007.

Sources: EU KLEMS database (for Spain (1995-2007), the EU and the US), INE, FBBVA-IVIE database and EU KLEMS database (for Spain), and our own elaboration. The contribution of labor includes the impact of changes in the composition of the labor force for Spain (1995-2007), the EU-15ex and the US.

Figure 2.

### SOURCES OF GROWTH FOR GROSS VALUE ADDED PER HOUR IN SPAIN, THE EU AND IN THE US



Sources: EU KLEMS database (for Spain (1980-2007), the EU and the US), INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database and EU KLEMS database (for Spain), and our own elaboration. The contribution of labor includes the impact of changes in the composition of the labor force for Spain (1980-2007), the EU-15ex and the US.

## 5.2. The evidence for the Basque Country, Navarre, and Madrid

Two independent and reliable sources provide the data for many economic variables in the Basque Country. The Spanish Statistics Office (INE) usually employs a «top-down» procedure to allocate an aggregate magnitude for Spain as a whole to different regions, while the Basque counterpart (Eustat) normally works «bottom up». Overall, INE provides lower figures for real gross value added growth than Eustat. Looking at the data, for instance, while GVA at current prices was in 2008 5.08 times higher than in 1986 (average annual growth rate at 7.39%), according to Eustat, the figure amounts to 4.66 higher according to INE (average annual growth rate at 6.99%)<sup>28</sup>. However, whereas real GVA is 2.22 higher in 2008 than in 1986 for Eustat (average annual growth rate at 3.62%), it is only 1.78 times higher when we look at the figure provided by INE (average annual growth rate at 2.63%). This implies that, as a rule of thumb, annual average GVA growth rate has been, approximately, 1 percentage point higher for the Basque Country when the whole period 1986-2008 has been considered and data are based on figures from Eustat. As shown, divergences in real GVA performance are due to differences in deflators as well as values in current prices. However, fortunately, divergences have narrowed substantially in the

<sup>28</sup> Please note that 2008 is the final year for our analysis and 1986 is the first year that INE provides aggregates for the Basque Country (1980 is the first year for Eustat).

recent period: during 1998-2008 annual average GVA growth rate has been 0.25 percentage points higher when data from Eustat is employed, now mainly due to differences in deflators. Figure 3 captures clearly the differences between both sources looking at growth rates for real GVA during 1987-2009.

The most remarkable feature about average growth rates of output and TFP is that only Madrid (and Navarre by a whisker) has slightly outperformed Spain concerning output in the whole period 1965-2008 (Table 6). The engines of economic growth in Spain show important differences from some territories to others. Madrid is probably the territory with the most differentiated performance: the highest output growth rate accompanied with the lowest TFP growth. Finally, ICT contribution was generally around 0.31%, with much more impetus during the most recent period. Infrastructures contributed stably around 0.08% to output growth, with small differences from some periods to others.

How performance has been characterized in different periods is worth analyzing in some detail<sup>29</sup>. Enormous growth in output was accompanied by spectacular TFP growth rates during the first period 1965-1975 (Figure 4). This is broadly coherent with the evidence found for the EU: rapid labor productivity growth and catching-up with the US in terms of per capita income levels (van Ark, O'Mahony, and Timmer, 2008). Technology imitation and incremental innovation (developed mainly in the US), and new institutions for wage bargaining (restraining wage demand so that this provides incentives for companies to invest more) mainly contributed during this period. This was also reinforced by sectoral changes towards more productive sectors<sup>30</sup>.

During the productivity slowdown for 1975-1995 output and TFP growth rates were below that of Spain. Capital and TFP growth were the main engines of growth, while the contribution of labor became negative. This period is characterized by the consequences of the international economic crisis (aggravated by a differential manufacturing crisis for the Basque Country, accompanied by weaknesses in the services sector), the accession to the European Communities in 1986, leading to a recovery period, which ends up in 1993<sup>31</sup>.

In the recent period 1995-2008 high output growth has been accompanied by high contributions of labor since much employment was created, whereas TFP growth fell drastically (Table 7). It is worth pointing out that ICT capital contribution to output growth increased and it reached around 0.40%. The orientation of investment to the building sector, the additional orientation of investment to the services sector, the ill-functioning labor market, or the unproductive overinves-

<sup>29</sup> Full results for different periods can be found in the Appendix (Tables A7 to A11).

<sup>30</sup> See, for instance, the recent work by Pérez and Robledo (2010).

<sup>31</sup> See Alberdi (2010, pp. 40-42).

tment in productive assets are the standard causes explaining the gloomy performance of TFP growth in this period (Pérez and Robledo, 2010).

Now it is convenient to remind that changes in the composition of labor, which has not been analyzed in this paper, are attributed to changes in TFP in this paper. Thus Pérez and Robledo (2010) estimate the contribution of changes in the composition of labor to output growth in two different ways. On the one hand, it is based on measures of human capital (education levels or years of schooling). The contribution of changes in the composition of labor was 1.17% during 1970-2007 in Spain, but 0.80% in 1995-2007, and «only» 0.65% in the recent period 2000-2007. On the other hand, it can be measured using relative wages. Then the contribution of changes in the composition of labor has been moving around 0.50%. Furthermore, the contribution of changes in the composition of labor has declined (when human capital is measured) or maintained (when relative wages are used) during 2000-2007 with respect to previous periods in Spain.

On the other hand, during the recent period 2003-2007 it is worth noting that performance results have improved in all the territories, but mainly in the Basque Country, and less so in Madrid or Navarre. Some discussion around why a productivity and TFP growth revival took place during 2003-2007 seems convenient. Given that different territories have performed so diversely, it is not easy to attribute some key common factors that could explain differentially the proximate sources of growth for such a short period, as they cannot be considered more than reasonable conjectures. The behavior of ICT capital or infrastructures does not seem to explain this recovery as its contribution to growth remained stable in this period. The contribution of changes in the composition of labor does not seem to explain this behavior, given the evidence, as shown above (Pérez y Robledo, 2010). Results do not seem to be much affected due to cyclical behavior either, when the series are decomposed into cycle and trend. As Inklaar and McGuckin (2003, p. 166) observed for the EU and the US, there is not a significant effect on the productivity growth measures due to different timings of the business cycle: «Using appropriate filtering techniques we found that these cyclical effects are generally small, except in the most recent year, 2000-2001». In the case of the Basque Country, looking at the data during 1996-2000,<sup>32</sup> productivity and TFP growth figures performed better as well. However, the improvement for the period 2003-2007 is much stronger than that found for 1996-2000. Some studies have argued that the most recent period analyzed may be considered as an innovation-driven stage for the Basque Country<sup>33</sup>. The productivity and TFP revival seems to be consistent with this characterization.

An important caveat applies at this stage. Sectoral analysis will probably provide a deeper understanding of productivity performance. Thus the poorer results of the

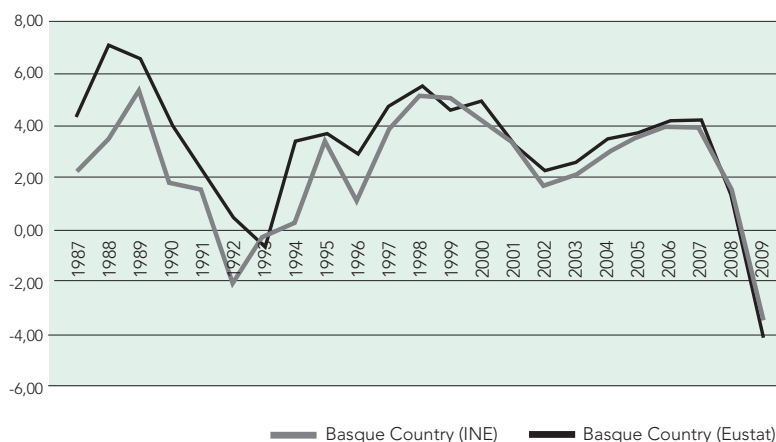
<sup>32</sup> Data are not shown.

<sup>33</sup> See, for instance, Valdaliso (2011). Alberdi (2010) seems to suggest that this is also the case.

recent period are attributed to the worse performance of market service sectors (especially in trade, finance, and business services) in the European Union [van Ark, O'Mahony, and Timmer (2008)]. In their words, «While Europe needs to find mechanisms to exploit service innovations for greater multifactor productivity growth, the traditional catch-up and convergence model of the 1950s and 1960s may not help Europe to get back on track. First, because Europe had reached the productivity frontier by the mid 1990s, it may now require a new model of innovation and technological change to make better use of a country's own innovative capabilities (Acemoglu, Aghion, and Zilibotti, 2006)» (Ibid., p. 41). However, despite it may become available soon, currently there are no data to analyze the sectoral performance of Spanish territories regarding the proximate sources of economic growth yet.

Finally, productivity growth rates were high for 1965-2008, but lower than that for Spain, while Madrid fell well behind (Table 8). TFP growth was clearly the main contributor, with important differences from some periods to others (Figure 5).

Figure 3. **REAL GROSS VALUE ADDED GROWTH RATES. 1987-2009**

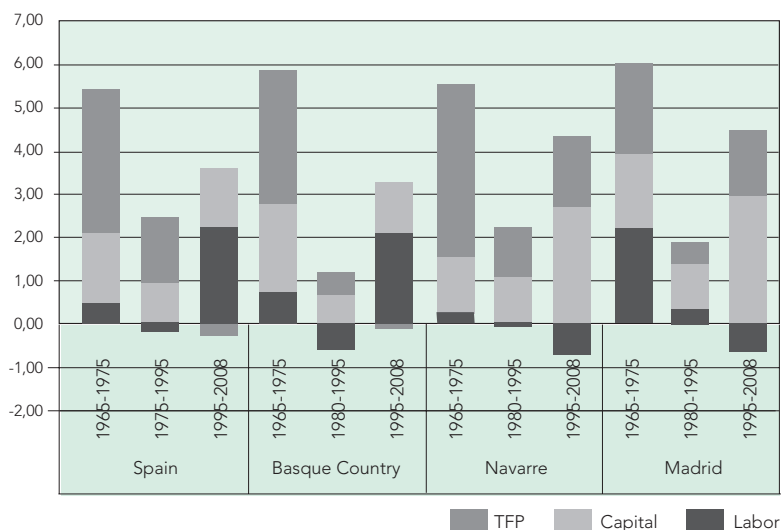


Sources: INE, Eustat, and our own elaboration.

Table 6. **SOURCES OF GROSS VALUE ADDED GROWTH. 1965-2008**

|                                                     | Spain<br>INE-FBBVA-<br>IVIE | The Basque<br>Country<br>INE-FBBVA-<br>IVIE | The Basque<br>Country<br>Eustat-<br>FBBVA-IVIE | Navarre<br>INE-FBBVA-<br>IVIE | Madrid<br>INE-FBBVA-<br>IVIE |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------|-------------------------------|------------------------------|
| GVA growth. (1)                                     | 3.23                        | 2.52                                        | 2.93                                           | 3.25                          | 3.35                         |
| Contribution of labor. (2)                          | 0.64                        | 0.45                                        | 0.41                                           | 0.76                          | 1.50                         |
| Contribution of capital, Total. (3)=(4)+(7)         | 1.21                        | 1.10                                        | 1.09                                           | 1.19                          | 1.28                         |
| Contribution of capital, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 0.90                        | 0.79                                        | 0.79                                           | 0.88                          | 0.88                         |
| Contribution of capital, Public infrastructure. (5) | 0.11                        | 0.08                                        | 0.08                                           | 0.09                          | 0.08                         |
| Contribution of capital, Other Non-ICT. (6)         | 0.79                        | 0.71                                        | 0.70                                           | 0.79                          | 0.80                         |
| Contribution of capital, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.31                        | 0.31                                        | 0.31                                           | 0.31                          | 0.40                         |
| Contribution of capital, Hardware. (8)              | 0.16                        | 0.17                                        | 0.17                                           | 0.16                          | 0.22                         |
| Contribution of capital, Software. (9)              | 0.07                        | 0.06                                        | 0.06                                           | 0.06                          | 0.09                         |
| Contribution of capital, Communications. (10)       | 0.09                        | 0.08                                        | 0.08                                           | 0.09                          | 0.10                         |
| Contribution of TFP. (10)=(1)-(2)-(3)               | 1.38                        | 0.97                                        | 1.43                                           | 1.30                          | 0.57                         |

Sources: INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database, Eustat, EU KLEMS database, and our own elaboration.

Figure 4. **SOURCES OF GROSS VALUE ADDED IN SPAIN, THE BASQUE COUNTRY, NAVARRE AND MADRID**

Sources: INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database, Eustat, EU KLEMS database, and our own elaboration.

Table 7. **SOURCES OF GROSS VALUE ADDED GROWTH. 1995-2008**

|                                                     | Spain           | The Basque Country (INE) | The Basque Country (Eustat) | Navarre         | Madrid          |
|-----------------------------------------------------|-----------------|--------------------------|-----------------------------|-----------------|-----------------|
| GVA growth. (1)                                     | 3.34<br>(3.55)  | 3.25<br>(3.55)           | 3.69<br>(3.95)              | 3.61<br>(3.57)  | 3.87<br>(3.82)  |
| Contribution of labor. (2)                          | 2.27            | 2.11                     | 1.83                        | 2.70            | 2.97            |
| Contribution of capital, Total. (3)=(4)+(7)         | 1.35            | 1.19                     | 1.19                        | 1.62            | 1.55            |
| Contribution of capital, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 0.89            | 0.73                     | 0.74                        | 1.07            | 1.02            |
| Contribution of capital, Public infrastructure. (5) | 0.11            | 0.07                     | 0.07                        | 0.07            | 0.11            |
| Contribution of capital, Other Non-ICT. (6)         | 0.78            | 0.66                     | 0.67                        | 1.00            | 0.92            |
| Contribution of capital, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.45            | 0.46                     | 0.46                        | 0.55            | 0.53            |
| Contribution of capital, Hardware. (8)              | 0.22            | 0.23                     | 0.22                        | 0.24            | 0.25            |
| Contribution of capital, Software. (9)              | 0.10            | 0.11                     | 0.11                        | 0.14            | 0.11            |
| Contribution of capital, Communications. (10)       | 0.13            | 0.12                     | 0.12                        | 0.18            | 0.16            |
| Contribution of TFP. (10)=(1)-(2)-(3)               | -0.27<br>(0.29) | -0.05<br>(1.20)          | 0.66<br>(1.68)              | -0.71<br>(0.29) | -0.65<br>(0.26) |

The figures within parentheses show the results for Spain, the Basque Country, Navarre, and Madrid for the period 2003-2007.

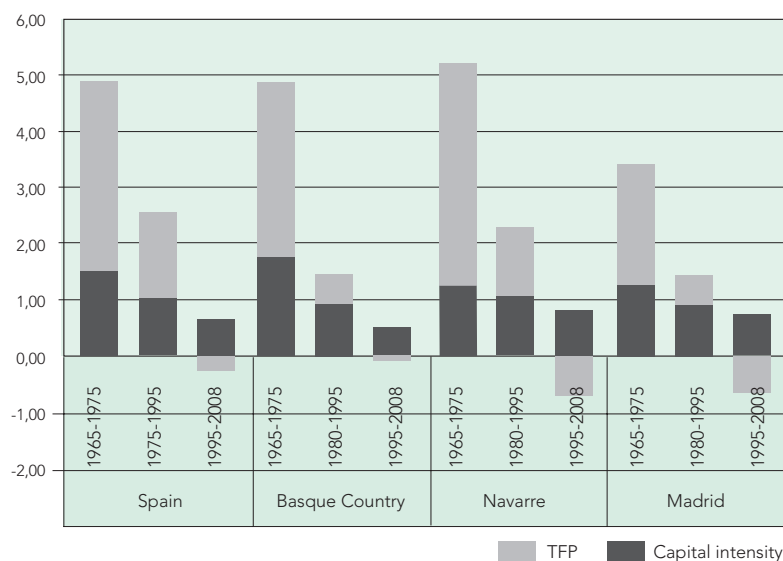
Sources: INE, FBBVA-IVIE database, Eustat, EU KLEMS database, and our own elaboration.

Table 8. **SOURCES OF GROWTH FOR GROSS VALUE ADDED PER HOUR. 1965-2008**

|                                                              | Spain | The Basque Country (INE) | The Basque Country (Eustat) | Navarre | Madrid |
|--------------------------------------------------------------|-------|--------------------------|-----------------------------|---------|--------|
| GVA per hour growth. (1)                                     | 2.40  | 1.93                     | 2.39                        | 2.27    | 1.49   |
| Contribution of labor composition per hour (2)               |       |                          |                             |         |        |
| Contribution of capital per hour, Total. (3)=(4)+(7)         | 0.98  | 0.96                     | 0.96                        | 0.97    | 0.92   |
| Contribution of capital per hour, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 0.69  | 0.68                     | 0.68                        | 0.69    | 0.59   |
| Contribution of capital per hour, Public infrastructure. (5) | 0.08  | 0.07                     | 0.07                        | 0.06    | 0.05   |
| Contribution of capital per hour, Other Non-ICT. (6)         | 0.62  | 0.61                     | 0.61                        | 0.63    | 0.54   |
| Contribution of capital per hour, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.29  | 0.28                     | 0.28                        | 0.28    | 0.33   |
| Contribution of capital per hour, Hardware. (8)              | 0.16  | 0.16                     | 0.16                        | 0.15    | 0.19   |
| Contribution of capital per hour, Software. (9)              | 0.06  | 0.05                     | 0.05                        | 0.05    | 0.07   |
| Contribution of capital per hour, Communications. (10)       | 0.07  | 0.07                     | 0.07                        | 0.07    | 0.08   |
| Contribution of TFP. (9)=(1)-(2)-(3)                         | 1.42  | 0.97                     | 1.43                        | 1.30    | 0.57   |

Sources: INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database, Eustat, EU KLEMS database, and our own elaboration.

Figure 5. **SOURCES OF GROWTH FOR GROSS VALUE ADDED PER HOUR IN SPAIN, THE BASQUE COUNTRY, NAVARRE AND MADRID**



Sources: INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database, Eustat, EU KLEMS database, and our own elaboration.

### 5.3. The evidence for Araba, Bizkaia, and Gipuzkoa

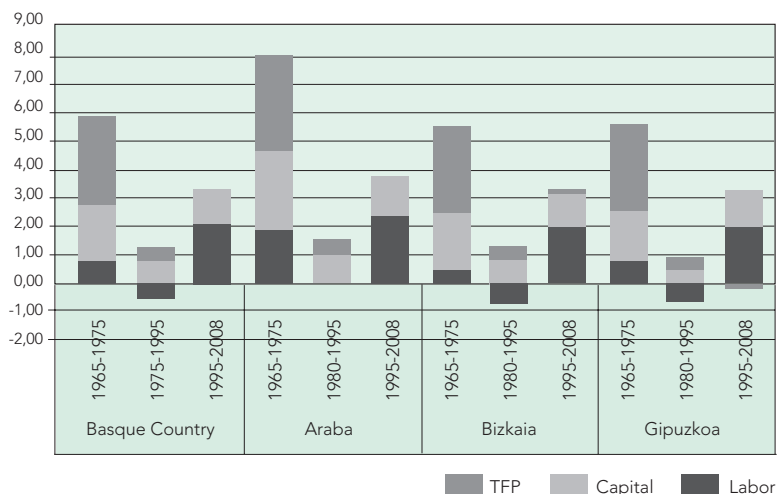
Looking at the average growth rates of output Araba clearly outperformed the other territories of the Basque Country in the whole period 1965-2008, even in all the periods considered (Table 9). They were mainly fuelled by capital and TFP growth. Period 1965-1975 was characterized by very high growth rates accompanied by strong TFP growth rates (Figure 6)<sup>34</sup>. Lower output growth and modest TFP improvements featured period 1975-1995. In the recent period 1995-2008 higher output growth rates were sustained by labor, and, to a lesser extent, capital growth: TFP became negative in nearly all the territories (Table 10). Bizkaia followed a different growth pattern: a joint low contribution of labor and mainly capital explained the substantial positive TFP growth in Bizkaia. Additionally, the contribution of ICT capital to output growth increased considerably in the Basque Country in the period 1995-2008. It is worth noting that a spectacular improvement in TFP performance in the Basque Country took place in the most recent period 2003-2007, as noted above. Focusing on labor productivity, the growth rate of output per hour was around 2% in the whole period analyzed (Figure 7).

<sup>34</sup> Full results for different periods can be found in the Appendix (Tables A11 to A16).

Table 9. **SOURCES OF GROSS VALUE ADDED GROWTH. 1965-2008**

|                                                     | The Basque Country | Araba | Bizkaia | Gipuzkoa |
|-----------------------------------------------------|--------------------|-------|---------|----------|
| GVA growth. (1)                                     | 2.52               | 3.59  | 2.39    | 2.39     |
| Contribution of labor. (2)                          | 0.45               | 1.07  | 0.28    | 0.47     |
| Contribution of capital, Total. (3)=(4)+(7)         | 1.10               | 1.51  | 1.10    | 0.96     |
| Contribution of capital, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 0.79               | 1.14  | 0.79    | 0.67     |
| Contribution of capital, Public infrastructure. (5) | 0.08               | 0.08  | 0.08    | 0.08     |
| Contribution of capital, Other Non-ICT. (6)         | 0.71               | 1.06  | 0.71    | 0.59     |
| Contribution of capital, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.31               | 0.37  | 0.31    | 0.29     |
| Contribution of capital, Hardware. (8)              | 0.17               | 0.21  | 0.17    | 0.16     |
| Contribution of capital, Software. (9)              | 0.06               | 0.06  | 0.06    | 0.06     |
| Contribution of capital, Communications. (10)       | 0.08               | 0.10  | 0.08    | 0.07     |
| Contribution of TFP. (10)=(1)-(2)-(3)               | 0.97               | 1.01  | 1.01    | 0.96     |

Sources: INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database, EU KLEMS database, and our own elaboration.

Figure 6. **SOURCES OF GROSS VALUE ADDED GROWTH IN THE BASQUE COUNTRY, ARABA, BIZKAIA AND GIPUZKOA**

Sources: INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database, EU KLEMS database, and our own elaboration.

**Table 10. SOURCES OF GROSS VALUE ADDED GROWTH. 1995-2008**

|                                                     | The Basque Country | Araba        | Bizkaia     | Gipuzkoa     |
|-----------------------------------------------------|--------------------|--------------|-------------|--------------|
| GVA growth. (1)                                     | 3.25 (3.55)        | 3.76 (4.10)  | 3.32 (3.12) | 3.13 (3.97)  |
| Contribution of labor. (2)                          | 2.11               | 2.41         | 2.05        | 2.05         |
| Contribution of capital, Total. (3)=(4)+(7)         | 1.19               | 1.41         | 1.09        | 1.28         |
| Contribution of capital, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 0.73               | 0.90         | 0.65        | 0.81         |
| Contribution of capital, Public infrastructure. (5) | 0.07               | 0.06         | 0.08        | 0.06         |
| Contribution of capital, Other Non-ICT. (6)         | 0.66               | 0.84         | 0.57        | 0.75         |
| Contribution of capital, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.46               | 0.51         | 0.44        | 0.47         |
| Contribution of capital, Hardware. (8)              | 0.23               | 0.25         | 0.21        | 0.23         |
| Contribution of capital, Software. (9)              | 0.11               | 0.11         | 0.12        | 0.10         |
| Contribution of capital, Communications. (10)       | 0.12               | 0.15         | 0.11        | 0.13         |
| Contribution of TFP. (10)=(1)-(2)-(3)               | -0.05 (1.20)       | -0.05 (1.65) | 0.17 (1.11) | -0.19 (1.13) |

The figures within parentheses show the results for the Basque Country, Araba, Bizkaia, and Gipuzkoa for the period 2003-2007.

Sources: INE, FBBVA-IVIE database, EU KLEMS database, and our own elaboration.

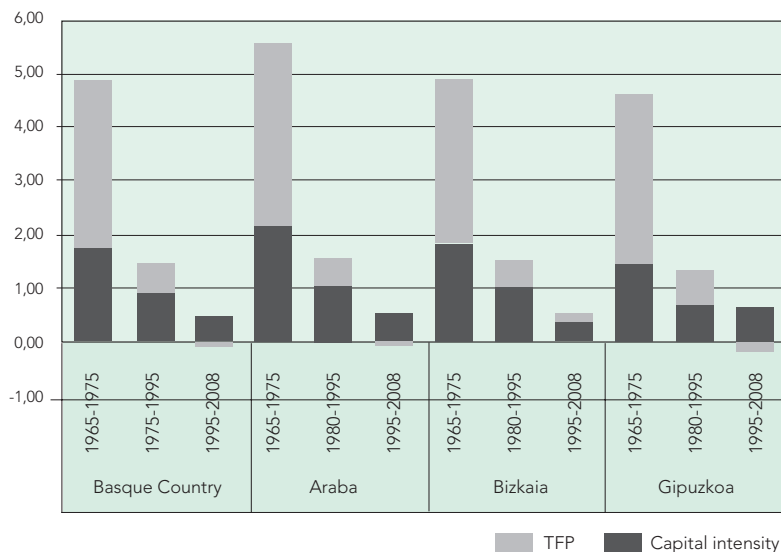
**Table 11. SOURCES OF GROSS VALUE ADDED FOR OUTPUT PER HOUR. 1965-2008**

|                                                              | The Basque Country | Araba | Bizkaia | Gipuzkoa |
|--------------------------------------------------------------|--------------------|-------|---------|----------|
| GVA per hour growth. (1)                                     | 1.93               | 2.15  | 2.03    | 1.78     |
| Contribution of labor composition per hour (2)               |                    |       |         |          |
| Contribution of capital per hour, Total. (3)=(4)+(7)         | 0.96               | 1.14  | 1.01    | 0.82     |
| Contribution of capital per hour, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 0.68               | 0.83  | 0.72    | 0.56     |
| Contribution of capital per hour, Public infrastructure. (5) | 0.07               | 0.06  | 0.07    | 0.06     |
| Contribution of capital per hour, Other Non-ICT. (6)         | 0.61               | 0.77  | 0.65    | 0.49     |
| Contribution of capital per hour, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.28               | 0.32  | 0.29    | 0.26     |
| Contribution of capital per hour, Hardware. (8)              | 0.16               | 0.19  | 0.16    | 0.15     |
| Contribution of capital per hour, Software. (9)              | 0.05               | 0.05  | 0.05    | 0.05     |
| Contribution of capital per hour, Communications. (10)       | 0.07               | 0.08  | 0.07    | 0.06     |
| Contribution of TFP. (9)=(1)-(2)-(3)                         | 0.97               | 1.01  | 1.01    | 0.96     |

Sources: INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database, EU KLEMS database, and our own elaboration.

Figure 7.

### SOURCES OF GROWTH FOR GROSS VALUE ADDED PER HOUR IN THE BASQUE COUNTRY, ARABA, BIZKAIA AND GIPUZKOA



Sources: INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database, EU KLEMS database, and our own elaboration.

## 6. CONCLUSIONS

The post-war period has brought an enormous economic progress. This paper has explored the sources of proximate economic growth for Spain for the period 1965-2008 focusing on the three leading autonomous communities, such as the Basque Country, Navarre, and Madrid. The main conclusions of this paper are summarized as follows.

First, the rates of growth of output were generally high in the whole period 1965-2008. However, the leading autonomous communities exhibited lower figures than those for Spain. Growth rates during the first period 1965-1975 were spectacular. Subsequent periods have shown a poorer performance.

Second, capital and TFP growth were the main engines of output growth during 1965-2008. However, TFP growth played a residual and declining role in the most recent period 1995-2008 due to the increasing contribution of labor. The contribution of infrastructures to output growth was stable around 0.10% in the whole period. ICT capital contributed approximately 0.30% to output growth during 1965-2008, showing more dynamism during 1995-2008, with similar numbers to those for the EU, and undoubtedly below the contribution in the US. Productivity growth rates in the three autonomous communities were below those for Spain. Growth in TFP was the main contributor to the growth rate of output per hour.

Third, some caution is suggested to interpret the results since we have observed that different sources of data have offered substantially different results for the performance of the Basque Country: the annual average growth rate of GVA is between 0.25 and 1 percentage points higher if data from the Basque Statistics Office are used, instead of that from the Spanish counterpart, due to differences in GVA deflators (mainly recently) and values in current prices. Recent evidence has shown that divergence has narrowed substantially. This caution should also be extended due to the fact that changes in the composition of the labor force have not been taken into account in our growth accounting exercise: it is accounted as TFP growth in this paper. Depending on the measures employed, the average contribution is around 0.50% or 1.20% in Spain.

Fourth, there was an important improvement in the economic performance during 2003-2007, especially for the Basque Country, despite poor labor productivity and TFP growth remain being serious weaknesses since 1995. High output growth, labor productivity growth, and TFP growth characterize this «golden four-year-growth- period». That has also been the case for other territories, but the impact has been stronger for the Basque Country: the most recent period may be considered as a fruitful period of innovation (innovation-driven stage) for the Basque Country. This analysis should be completed on a sectoral basis, as new data on a more disaggregated basis becomes available.

Finally, it is evident that the recent crisis has broken with the expansion associated to this decade (particularly 2003-2007). How will the proximate sources of economic growth react to the current crisis will also probably be an important issue for future research as it may well help to address the main economic concern, that of improving productivity.

## REFERENCES

- ABRAMOWITZ, MOSES (1956): «Resource and output trends in the United States since 1870». *American Economic Review*, 46(2): 5-23.
- ACEMOGLU, DARON, PHILIPPE AGHION and FABRIZIO ZILIBOTTI (2006): «Distance to the frontier, selection, and economic growth», *Journal of the European Economic Association*, 4(1): 37-74.
- ALBERDI, ALBERTO (2010): «Economía Vasca 1980-2010: Tres crisis y una gran transformación», *Ekonomiaz*, 25A(III): 32-93.
- ARNDT, H.W. (1964): «The residual factor». in U.N. Economic Commission for Europe, ed., *Economic survey of Europe in 1961, Part II: Some factors in economic growth in Europe in the 1950s*, pp. 1-9. Geneva: United Nations. Reimpressed in H.W. Arndt, *50 years of Development Studies* (Cambera, Australian National University, 1993), pp. 53-59.
- BARRO, ROBERT J. AND XAVIER SALA-I-MARTÍN (2004): *Economic growth. Second edition*. McGraw-Hill, New York.
- BOSWORTH, BARRY P. and SUSAN M. COLLINS (2003): «The empirics of growth: an update». *Brookings Papers on ECONOMIC ACTIVITY*, N° 2: 113-179.
- CETTE, GILBERT, MICHEL FOUQUIN and HANS-WERNER SINN (Eds.) (2007): *Divergences in productivity between Europe and the United States. Measuring and explaining productivity gaps between developed countries*. Edward Elgar, Cheltenham, United Kingdom.
- CORRADO, C.A.; CHARLES R. HULTEN, and D.E. SICHEL (2006): «Intangible capital, and

economic growth». NBER Working Papers 11948, National Bureau of Economic Research, Cambridge, United States.

ERAUSKIN, IÑAKI (2008a): «The sources of economic growth in the Basque Country, Navarre, and Spain during the period 1986-2004», *Investigaciones Regionales*, nº 12: 35-58.

— (2008b): «50 años del modelo de Solow: Una aplicación para la Comunidad Autónoma del País Vasco, Navarra y España», *Estudios Empresariales*, 127:28-32.

— (2009): «La contabilidad del crecimiento en la Comunidad Autónoma del País Vasco, la Comunidad Foral de Navarra y España durante el período 1986-2000: una perspectiva sectorial». Unpublished manuscript. Available at <http://paginaspersonales.deusto.es/ineraus/>.

ESCRIBÁ-PÉREZ, F. JAVIER; and M<sup>a</sup> JOSÉ MURGUI-GARCÍA (1998). *La productividad total de los factores entre sectores y regiones de la economía española (1980-1993)*. Working paper D-98005. Downloadable at <http://www.pap.meh.es/sitios/spgg/es-ES/Presupuestos/Documentacion/paginas/documentosdetrabajo.aspx> (Secretaría de Estado de Hacienda y Presupuestos).

— (2007): *Análisis sectorial de la productividad total de los factores en la economía española (1980-2003)*. Working paper D-2007-01. Downloadable at <http://www.pap.meh.es/sitios/spgg/es-ES/Presupuestos/Documentacion/paginas/documentosdetrabajo.aspx> (Secretaría de Estado de Hacienda y Presupuestos).

EU KLEMS Database, March 2007, see Marcel Timmer, Mary O'Mahony & Bart van Ark, *The EU KLEMS Growth and Productivity Accounts: an overview*, University of Groningen & University of Birmingham; downloadable at [www.euklems.net](http://www.euklems.net).

FUNDACIÓN BBVA (1999): *Renta nacional de España y su distribución provincial. Serie homogénea. Años 1955 a 1993 y avances 1994 a 1997*. Fundación BBVA, Bilbao, Spain.

GALLASTEGUI-ZULAICA, INMACULADA (Dir.) (2000): *El crecimiento económico vasco. Aproximación a sus factores explicativos*. Caja Laboral Popular, Mondragón, Spain.

GOERLICH-GISBERT, FRANCISCO J. and MATILDE MAS-IVARS (2001): *La evolución económica de las provincias españolas (1955-*

*1998)*. Volumen I: *Capitalización y crecimiento*. Fundación BBVA, Bilbao, Spain.

GRILICHES, ZVI (2000): *R&D, education, and productivity. A retrospective*. Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.

GUAL, JORDI; SANDRA JÓDAR-ROSELL, AND ÁLEX RUIZ-POSINO (2006): *El problema de la productividad en España. ¿Cuál es el papel de la regulación?*. Documentos de Economía de «la Caixa». Available at [http://www.pdf.lacaixa.comunicacions.com/de/esp/de01\\_esp.pdf](http://www.pdf.lacaixa.comunicacions.com/de/esp/de01_esp.pdf)

HELPMAN, ELHANAN (2004): *The mystery of economic growth*. The Belknap press of Harvard University Press, Cambridge, Massachusetts.

HULTEN, CHARLES R. (2001): «Total factor productivity: a short biography», in Hulten, CHARLES R., EDWIN R. DEAN and MICHAEL J. HARPER (Eds.) (2001): *New developments in productivity analysis*. National Bureau of Economic Research, Conference on research in income and wealth. The University of Chicago Press, Chicago.

— (2009): «Growth accounting». National Bureau of Economic Research working paper 15341, Cambridge, Massachusetts.

INKLAAR, ROBERT and ROBERT MCGUCKIN (2003): «Structural and cyclical performance», pp. 149-167, in O'Mahony, Mary and Bart van Ark (Eds.) (2003). *EU productivity and competitiveness: an industry perspective*. Can Europe resume the catching-up process?. European Commission, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg.

Instituto Nacional de Estadística. *Contabilidad regional de España*. Downloadable at [www.ine.es](http://www.ine.es)

JORGENSEN, DALE W. and ZVI GRILICHES (1967): «The explanation of productivity change», *Review of economic studies*, 34:249-283.

JORGENSEN, DALE W.; MUN S. HO and KEVIN J. STIROH (2005): *Productivity. Volume 3: Information technology and the American growth resurgence*. MIT Press, Cambridge, Massachusetts.

MALUQUER DE MOTES, JORDI (2009a): «Viajar a través del cosmos: La medida de la creación de riqueza y la serie histórica del producto interior bruto en España (1850-

- 2008)», *Revista de economía aplicada*, 51 (XVII): 25-54.
- (2009b): «Del caos al cosmos: Una nueva serie enlazada del producto interior en España entre 1850 y 2000», *Revista de economía aplicada*, 49(XVII): 5-45.
- MAS-IVARS, MATILDE (2006): «Infrastructures and ICT: measurement issues and impact on economic growth». EU KLEMS working paper series (no. 12). Downloadable at [www.euklems.net](http://www.euklems.net)
- (2010): «Productividad. Una perspectiva internacional y sectorial. Algunos resultados del proyecto EU KLEMS», pp. 87-126, in Co-remberg, Ariel A., and Francisco Pérez-García (Eds.) (2010). *Fuentes del crecimiento y productividad en Europa y América Latina*. Fundación BBVA, Bilbao, Spain.
- MÁS-IVARS, MATILDE; and JAVIER QUESADA-IBÁÑEZ (Dirs.) (2005): *Las nuevas tecnologías y el crecimiento económico en España*. Fundación BBVA, Bilbao, Spain.
- MAS-IVARS, MATILDE; and Paul Schreyer (Eds.) (2006). *Growth, capital and new technologies*. Fundación BBVA, Bilbao, Spain.
- MAS-IVARS, MATILDE and JUAN C. ROBLEDO DOMÍNGUEZ (2010): *Productividad. Una perspectiva internacional y sectorial*. Fundación BBVA, Bilbao, Spain.
- MÁS-IVARS, MATILDE; FRANCISCO PÉREZ-GARCÍA and EZEQUIEL URIEL-JIMÉNEZ (2005a): *El stock de capital en España y su distribución territorial (1964-2002)*. Fundación BBVA, Bilbao, Spain.
- (2005b): *El stock y los servicios de capital en España (1964-2002)*. Nueva metodología. Fundación BBVA, Bilbao, Spain.
- (2006a): *El stock y los servicios de capital en España y su distribución territorial (1964-2003)*. Nueva metodología. Fundación BBVA, Bilbao, Spain.
- (2006b): «Capital stocks in Spain, 1964-2002». New estimates, in Mas-Ivars, Matilde; and Paul Schreyer (Eds.) (2006): *Growth, capital and new technologies*: 67-91.
- (2007): *El stock y los servicios de capital en España y su distribución territorial (1964-2005)*. Nueva metodología. Fundación BBVA, Bilbao, Spain.
- (2010): *El stock y los servicios de capital en España y su distribución territorial (1964-2009)*. Nueva metodología. Fundación BBVA, Bilbao, Spain. Available online at [www.fbbva.es](http://www.fbbva.es) only.
- OECD (2001a): *Measuring capital. Measurement of capital stocks, consumption of fixed capital* — (2001b): *Measuring productivity. Measurement of aggregate and industry-level productivity growth*. OECD Manual, Paris.
- (2009): *Measuring capital. Second edition*. OECD Manual, Paris.
- O'MAHONY, MARY AND BART VAN ARK (Eds.) (2003). *EU productivity and competitiveness: an industry perspective. Can Europe resume the catching-up process?*. European Commission, Office for Official Publications of the European Communities, Luxembourg.
- PAGÉS, CARMEN (Ed.) (2010): *The age of productivity. Transforming economies from the bottom up*. Inter-American Development Bank, Palgrave Macmillan, New York, USA.
- PÉREZ-GARCÍA, FRANCISCO (2007): *Claves del desarrollo a largo plazo de la economía española*. Fundación BBVA, Bilbao, Spain.
- PÉREZ-GARCÍA, FRANCISCO, and JUAN C. ROBLEDO-DOMÍNGUEZ (2010): «Cambios en el patrón de crecimiento de la economía española: 1970-2007», pp. 293-346, in Co-remberg, ARIEL A., and FRANCISCO PÉREZ-GARCÍA (Eds.) (2010): *Fuentes del crecimiento y productividad en Europa y América Latina*. Fundación BBVA, Bilbao, Spain.
- PRADOS DE LA ESCOSURA, LEANDRO (2009): «Del cosmos al caos al cosmos: La serie del PIB de Maluquer de Motes», *Revista de economía aplicada*, 51(XVII): 5-23.
- PRADOS DE LA ESCOSURA, LEANDRO, and JOAN R. ROSÉS (2009): «The sources of long-run growth in Spain, 1850-2000», *The Journal of economic history*, 69 (december): 1063-1091.
- SAPIR, ANDRÉ; PHILIPPE AGHION, GIUSEPPE BERTOLA, MARTIN HELLWIG, JEAN PISANI-FERRY, DARIUSZ ROSATI, JOSÉ VIÑALS AND HELEN WALLACE (2004): *An agenda for a growing Europe: the Sapir report*. Oxford University Press, Oxford, United Kingdom.
- SOLOW, ROBERT M. (1957): «Technical change and the aggregate production function», *Review of economics and statistics*, 39(august): 312-320.

- 298
- TIMMER, MARCEL, GERARD YPMA AND BART VAN ARK (2003): «IT in the European Union: Driving productivity divergence?». *Research Memorandum GD-67*, Groningen Growth and Development Centre, Netherlands. Memorandum downloadable at <http://www.ggdc.net/publications/memoabstract.htm?id=67>. Appendix database downloadable at <http://www.ggdc.net>
- (2007) *The EU KLEMS Growth and Productivity Accounts: An overview*, University of Groningen & University of Birmingham, March 2007. Downloadable at [www.euklems.net](http://www.euklems.net)
- TIMMER, MARCEL; TON VAN MOERGASTEL, EDWIN STUIVENWOLD, GERARD YPMA; MARY O'MAHONY and MARI KANGASNIEMI (Prepared by them on behalf of the EU KLEMS consortium) (2007): *EU KLEMS growth and productivity accounts. Version 1.0. Part I Methodology*. Groningen Growth and Development Centre and National Institute of Economic and Social Research. Downloadable at [www.euklems.net](http://www.euklems.net)
- VAIZEY, JOHN, et al., (Study group in the economics of education) (1964): *The residual factor and economic growth*. OECD, Paris.
- VALDALISO, J.M. (2011): «Capítulo 2. El legado del pasado», de próxima publicación en M.J. Aranguren y M. Navarro (Coord.). «Estrategias para la construcción de ventajas competitivas regionales: el caso del País Vasco». Orkestra-Instituto Vasco de Competitividad.
- VAN ARK, BART; MARY O'MAHONY and GERARD YPMA (Edited by them with contributions of individual consortium members) (March 2007): *The EU KLEMS Productivity Report. Issue 1*. University of Groningen & University of Birmingham, March 2007. Downloadable at [www.euklems.net](http://www.euklems.net).
- VAN ARK, BART; MARY O'MAHONY and MARCEL P. TIMMER (2008): «The productivity gap between Europe and the United States: trends and causes», *Journal of Economic*.

## APPENDIX

Table A1. SOURCES OF GROSS VALUE ADDED GROWTH. 1965-1975

|                                                     | Spain |
|-----------------------------------------------------|-------|
| GVA growth. (1)                                     | 5.46  |
| Contribution of labor. (2)                          | 0.46  |
| Contribution of capital, Total. (3)=(4)+(7)         | 1.63  |
| Contribution of capital, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 1.36  |
| Contribution of capital, Public infrastructure. (5) | 0.11  |
| Contribution of capital, Other Non-ICT. (6)         | 1.25  |
| Contribution of capital, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.27  |
| Contribution of capital, Hardware. (8)              | 0.15  |
| Contribution of capital, Software. (9)              | 0.03  |
| Contribution of capital, Communications. (10)       | 0.09  |
| Contribution of TFP. (10)=(1)-(2)-(3)               | 3.38  |

Sources: INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database and EU KLEMS database, and our own elaboration.

Table A2. SOURCES OF GROSS VALUE ADDED GROWTH. 1975-1995

|                                                     | Spain<br>INE-FBBVA<br>-IVIE | Spain<br>EU KLEMS<br>1980-1995 | EU-15ex<br>EU KLEMS<br>1980-1995 | US<br>EU KLEMS<br>1980-1995 |
|-----------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|
| GVA growth. (1)                                     | 2.30                        | 2.51                           | 2.17                             | 2.77                        |
| Contribution of labor. (2)                          | -0.19                       | 0.61                           | 0.25                             | 1.11                        |
| Contribution of capital, Total. (3)=(4)+(7)         | 0.99                        | 1.43                           | 1.06                             | 1.48                        |
| Contribution of capital, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 0.69                        | 1.03                           | 0.73                             | 0.86                        |
| Contribution of capital, Public infrastructure. (5) | 0.10                        |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital, Other Non-ICT. (6)         | 0.58                        |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.30                        | 0.40                           | 0.32                             | 0.61                        |
| Contribution of capital, Hardware. (8)              | 0.16                        |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital, Software. (9)              | 0.08                        |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital, Communications. (10)       | 0.07                        |                                |                                  |                             |
| Contribution of TFP. (10)=(1)-(2)-(3)               | 1.51                        | 0.47                           | 0.87                             | 0.18                        |

Sources: EU KLEMS database (for Spain (1980-1995), the EU and the US), INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database and EU KLEMS database (for Spain), and our own elaboration. The contribution of labor includes the impact of changes in the composition of the labor force for Spain (1980-1995), the EU-15ex and the US.

**Table A3. SOURCES OF GROWTH FOR GROSS VALUE ADDED PER HOUR. 1965-2008**

|                                                              | Spain<br>INE-FBBVA-<br>IVIE | Spain<br>EU KLEMS<br>1980-2007 | EU-15ex<br>EU KLEMS<br>1980-2007 | US<br>EU KLEMS<br>1980-2007 |
|--------------------------------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|
| GVA per hour growth. (1)                                     | 2.40                        | 1.63                           | 1.89                             | 1.61                        |
| Contribution of labor composition per hour (2)               |                             | 0.55                           | 0.28                             | 0.19                        |
| Contribution of capital per hour, Total. (3)=(4)+(7)         | 0.98                        | 1.13                           | 0.98                             | 1.03                        |
| Contribution of capital per hour, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 0.69                        | 0.76                           | 0.62                             | 0.38                        |
| Contribution of capital per hour, Public infrastructure. (5) | 0.08                        |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital per hour, Other Non-ICT. (6)         | 0.62                        |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital per hour, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.29                        | 0.37                           | 0.36                             | 0.61                        |
| Contribution of capital per hour, Hardware. (8)              | 0.16                        |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital per hour, Software. (9)              | 0.06                        |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital per hour, Communications. (10)       | 0.07                        |                                |                                  |                             |
| Contribution of TFP. (9)=(1)-(2)-(3)                         | 1.42                        | -0.05                          | 0.64                             | 0.38                        |

Sources: EU KLEMS database (for Spain (1980-2007), the EU and the US), INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database and EU KLEMS database (for Spain), and our own elaboration. The contribution of labor includes the impact of changes in the composition of the labor force for Spain (1980-2007), the EU-15ex and the US.

**Table A4. SOURCES OF GROWTH FOR GROSS VALUE ADDED PER HOUR. 1965-1975**

|                                                              | Spain |
|--------------------------------------------------------------|-------|
| GVA per hour growth. (1)                                     | 4.90  |
| Contribution of labor composition per hour (2)               |       |
| Contribution of capital per hour, Total. (3)=(4)+(7)         | 1.52  |
| Contribution of capital per hour, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 1.26  |
| Contribution of capital per hour, Public infrastructure. (5) | 0.10  |
| Contribution of capital per hour, Other Non-ICT. (6)         | 1.17  |
| Contribution of capital per hour, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.26  |
| Contribution of capital per hour, Hardware. (8)              | 0.15  |
| Contribution of capital per hour, Software. (9)              | 0.03  |
| Contribution of capital per hour, Communications. (10)       | 0.09  |
| Contribution of TFP. (9)=(1)-(2)-(3)                         | 3.38  |

Sources: INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database and EU KLEMS database, and our own elaboration.

**Table A5. SOURCES OF GROWTH FOR GROSS VALUE ADDED PER HOUR. 1975-1995**

|                                                              | Spain<br>INE | Spain<br>1980-1995<br>EU KLEMS | EU-15ex<br>1980-1995<br>EU KLEMS | US<br>1980-1995<br>EU KLEMS |
|--------------------------------------------------------------|--------------|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|
| GVA per hour growth. (1)                                     | 2.53         | 2.50                           | 2.33                             | 1.33                        |
| Contribution of labor composition per hour (2)               |              | 0.63                           | 0.38                             | 0.18                        |
| Contribution of capital per hour, Total. (3)=(4)+(7)         | 1.02         | 1.40                           | 1.10                             | 0.98                        |
| Contribution of capital per hour, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 0.72         | 1.01                           | 0.77                             | 0.42                        |
| Contribution of capital per hour, Public infrastructure. (5) | 0.11         |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital per hour, Other Non-ICT. (6)         | 0.61         |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital per hour, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.30         | 0.40                           | 0.32                             | 0.56                        |
| Contribution of capital per hour, Hardware. (8)              | 0.16         |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital per hour, Software. (9)              | 0.07         |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital per hour, Communications. (10)       | 0.07         |                                |                                  |                             |
| Contribution of TFP. (9)=(1)-(2)-(3)                         | 1.51         | 0.47                           | 0.86                             | 0.18                        |

Sources: EU KLEMS database (for Spain (1980-1995), the EU and the US), INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database and EU KLEMS database (for Spain), and our own elaboration. The contribution of labor includes the impact of changes in the composition of the labor force for Spain (1980-1995), the EU-15ex and the US.

**Table A6. SOURCES OF GROWTH FOR GROSS VALUE ADDED PER HOUR.  
1995-2008**

|                                                              | Spain<br>INE    | Spain<br>1995-2007<br>EU KLEMS | EU-15ex<br>1995-2007<br>EU KLEMS | US<br>1995-2007<br>EU KLEMS |
|--------------------------------------------------------------|-----------------|--------------------------------|----------------------------------|-----------------------------|
| GVA per hour growth. (1)                                     | 0.37<br>(0.96)  | 0.54<br>(1.11)                 | 1.34<br>(1.38)                   | 1.95<br>(1.51)              |
| Contribution of labor composition per hour (2)               |                 | 0.58                           | 0.16                             | 0.21                        |
| Contribution of capital per hour, Total. (3)=(4)+(7)         | 0.64            | 0.79                           | 0.83                             | 1.11                        |
| Contribution of capital per hour, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 0.31            | 0.45                           | 0.42                             | 0.43                        |
| Contribution of capital per hour, Public infrastructure. (5) | 0.03            |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital per hour, Other Non-ICT. (6)         | 0.28            |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital per hour, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.33            | 0.34                           | 0.41                             | 0.68                        |
| Contribution of capital per hour, Hardware. (8)              | 0.19            |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital per hour, Software. (9)              | 0.07            |                                |                                  |                             |
| Contribution of capital per hour, Communications. (10)       | 0.08            |                                |                                  |                             |
| Contribution of TFP. (9)=(1)-(2)-(3)                         | -0.27<br>(0.29) | -0.69<br>(-0.54)               | 0.36<br>(0.73)                   | 0.63<br>(0.77)              |

The figures within parentheses show the results for the period 2003-2007.

Sources: EU KLEMS database (for Spain (1995-2007), the EU and the US), INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database and EU KLEMS database (for Spain), and our own elaboration. The contribution of labor includes the impact of changes in the composition of the labor force for Spain (1995-2007), the EU-15ex and the US.

**Table A7. SOURCES OF GROSS VALUE ADDED GROWTH. 1965-1975**

|                                                     | Spain | The Basque Country | Navarre | Madrid |
|-----------------------------------------------------|-------|--------------------|---------|--------|
| GVA growth. (1)                                     | 5.46  | 5.87               | 5.56    | 6.04   |
| Contribution of labor. (2)                          | 0.46  | 0.75               | 0.30    | 2.24   |
| Contribution of capital, Total. (3)=(4)+(7)         | 1.63  | 1.99               | 1.29    | 1.69   |
| Contribution of capital, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 1.36  | 1.68               | 1.10    | 1.30   |
| Contribution of capital, Public infrastructure. (5) | 0.11  | 0.09               | 0.09    | 0.09   |
| Contribution of capital, Other Non-ICT. (6)         | 1.25  | 1.59               | 1.01    | 1.21   |
| Contribution of capital, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.27  | 0.32               | 0.19    | 0.39   |
| Contribution of capital, Hardware. (8)              | 0.15  | 0.18               | 0.11    | 0.23   |
| Contribution of capital, Software. (9)              | 0.03  | 0.02               | 0.02    | 0.05   |
| Contribution of capital, Communications. (10)       | 0.09  | 0.11               | 0.06    | 0.11   |
| Contribution of TFP. (10)=(1)-(2)-(3)               | 3.38  | 3.12               | 3.97    | 2.11   |

Sources: INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database, Eustat, EU KLEMS database, and our own elaboration.

**Table A8. SOURCES OF GROSS VALUE ADDED GROWTH. 1975-1995**

|                                                     | Spain | The Basque Country (INE) | The Basque Country (Eustat) | Navarre | Madrid |
|-----------------------------------------------------|-------|--------------------------|-----------------------------|---------|--------|
| GVA growth. (1)                                     | 2.30  | 0.65                     | 1.24                        | 2.17    | 1.92   |
| Contribution of labor. (2)                          | -0.19 | -0.60                    | -0.54                       | -0.09   | 0.35   |
| Contribution of capital, Total. (3)=(4)+(7)         | 0.99  | 0.72                     | 0.71                        | 1.04    | 1.05   |
| Contribution of capital, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 0.69  | 0.47                     | 0.46                        | 0.76    | 0.67   |
| Contribution of capital, Public infrastructure. (5) | 0.10  | 0.09                     | 0.09                        | 0.12    | 0.06   |
| Contribution of capital, Other Non-ICT. (6)         | 0.58  | 0.37                     | 0.37                        | 0.64    | 0.62   |
| Contribution of capital, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.30  | 0.25                     | 0.25                        | 0.28    | 0.38   |
| Contribution of capital, Hardware. (8)              | 0.16  | 0.15                     | 0.14                        | 0.16    | 0.20   |
| Contribution of capital, Software. (9)              | 0.08  | 0.06                     | 0.06                        | 0.06    | 0.10   |
| Contribution of capital, Communications. (10)       | 0.07  | 0.05                     | 0.05                        | 0.06    | 0.08   |
| Contribution of TFP. (10)=(1)-(2)-(3)               | 1.51  | 0.53                     | 1.07                        | 1.22    | 0.52   |

Sources: INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database, Eustat, EU KLEMS database, and our own elaboration.

**Table A9. SOURCES OF GROWTH FOR GROSS VALUE ADDED PER HOUR. 1965-1975**

|                                                              | Spain | The Basque Country | Navarre | Madrid |
|--------------------------------------------------------------|-------|--------------------|---------|--------|
| GVA per hour growth. (1)                                     | 4.90  | 4.87               | 5.20    | 3.37   |
| Contribution of labor composition per hour (2)               |       |                    |         |        |
| Contribution of capital per hour, Total. (3)=(4)+(7)         | 1.52  | 1.75               | 1.23    | 1.27   |
| Contribution of capital per hour, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 1.26  | 1.46               | 1.05    | 0.94   |
| Contribution of capital per hour, Public infrastructure. (5) | 0.10  | 0.08               | 0.08    | 0.06   |
| Contribution of capital per hour, Other Non-ICT. (6)         | 1.17  | 1.37               | 0.96    | 0.88   |
| Contribution of capital per hour, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.26  | 0.29               | 0.18    | 0.33   |
| Contribution of capital per hour, Hardware. (8)              | 0.15  | 0.17               | 0.11    | 0.20   |
| Contribution of capital per hour, Software. (9)              | 0.03  | 0.02               | 0.02    | 0.04   |
| Contribution of capital per hour, Communications. (10)       | 0.09  | 0.10               | 0.06    | 0.09   |
| Contribution of TFP. (9)=(1)-(2)-(3)                         | 3.38  | 3.12               | 3.97    | 2.11   |

Sources: INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database, Eustat, EU KLEMS database, and our own elaboration.

**Table A10. SOURCES OF GROWTH FOR GROSS VALUE ADDED PER HOUR. 1975-1995**

|                                                              | Spain | The Basque Country (INE) | The Basque Country (Eustat) | Navarre | Madrid |
|--------------------------------------------------------------|-------|--------------------------|-----------------------------|---------|--------|
| GVA per hour growth. (1)                                     | 2.53  | 1.46                     | 1.96                        | 2.27    | 1.47   |
| Contribution of labor composition per hour (2)               |       |                          |                             |         |        |
| Contribution of capital per hour, Total. (3)=(4)+(7)         | 1.02  | 0.93                     | 0.89                        | 1.05    | 0.95   |
| Contribution of capital per hour, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 0.72  | 0.66                     | 0.63                        | 0.77    | 0.60   |
| Contribution of capital per hour, Public infrastructure. (5) | 0.11  | 0.11                     | 0.10                        | 0.12    | 0.05   |
| Contribution of capital per hour, Other Non-ICT. (6)         | 0.61  | 0.55                     | 0.52                        | 0.65    | 0.55   |
| Contribution of capital per hour, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.30  | 0.27                     | 0.26                        | 0.28    | 0.36   |
| Contribution of capital per hour, Hardware. (8)              | 0.16  | 0.15                     | 0.15                        | 0.16    | 0.19   |
| Contribution of capital per hour, Software. (9)              | 0.07  | 0.06                     | 0.06                        | 0.06    | 0.10   |
| Contribution of capital per hour, Communications. (10)       | 0.07  | 0.06                     | 0.06                        | 0.06    | 0.07   |
| Contribution of TFP. (9)=(1)-(2)-(3)                         | 1.51  | 0.53                     | 1.07                        | 1.22    | 0.52   |

Sources: INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database, Eustat, EU KLEMS database, and our own elaboration.

**Table A11. SOURCES OF GROWTH FOR GROSS VALUE ADDED PER HOUR. 1995-2008**

|                                                              | Spain           | The Basque Country (INE) | The Basque Country (Eustat) | Navarre         | Madrid          |
|--------------------------------------------------------------|-----------------|--------------------------|-----------------------------|-----------------|-----------------|
| GVA per hour growth. (1)                                     | 0.37<br>(0.96)  | 0.45<br>(2.01)           | 1.25<br>(2.49)              | 0.11<br>(1.33)  | 0.09<br>(1.06)  |
| Contribution of labor composition per hour (2)               |                 |                          |                             |                 |                 |
| Contribution of capital per hour, Total. (3)=(4)+(7)         | 0.64            | 0.50                     | 0.59                        | 0.82            | 0.74            |
| Contribution of capital per hour, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 0.31            | 0.15                     | 0.23                        | 0.40            | 0.39            |
| Contribution of capital per hour, Public infrastructure. (5) | 0.03            | 0.00                     | 0.01                        | -0.03           | 0.04            |
| Contribution of capital per hour, Other Non-ICT. (6)         | 0.28            | 0.16                     | 0.22                        | 0.43            | 0.35            |
| Contribution of capital per hour, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.33            | 0.35                     | 0.36                        | 0.42            | 0.35            |
| Contribution of capital per hour, Hardware. (8)              | 0.19            | 0.19                     | 0.19                        | 0.20            | 0.20            |
| Contribution of capital per hour, Software. (9)              | 0.07            | 0.08                     | 0.08                        | 0.10            | 0.06            |
| Contribution of capital per hour, Communications. (10)       | 0.08            | 0.08                     | 0.08                        | 0.12            | 0.09            |
| Contribution of TFP. (9)=(1)-(2)-(3)                         | -0.27<br>(0.29) | -0.05<br>(1.20)          | 0.66<br>(1.68)              | -0.71<br>(0.29) | -0.65<br>(0.26) |

The figures within parentheses show the results for Spain, the Basque Country, Navarre, and Madrid for the period 2003-2007.

Sources: INE, FBBVA-IVIE database, Eustat, EU KLEMS database, and our own elaboration.

**Table A12. SOURCES OF GROSS VALUE ADDED GROWTH. 1965-1975**

|                                                     | The Basque Country | Araba | Bizkaia | Gipuzkoa |
|-----------------------------------------------------|--------------------|-------|---------|----------|
| GVA growth. (1)                                     | 5.87               | 8.05  | 5.54    | 5.67     |
| Contribution of labor. (2)                          | 0.75               | 1.87  | 0.48    | 0.79     |
| Contribution of capital, Total. (3)=(4)+(7)         | 1.99               | 2.78  | 2.02    | 1.71     |
| Contribution of capital, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 1.68               | 2.38  | 1.70    | 1.43     |
| Contribution of capital, Public infrastructure. (5) | 0.09               | 0.08  | 0.08    | 0.12     |
| Contribution of capital, Other Non-ICT. (6)         | 1.59               | 2.30  | 1.63    | 1.31     |
| Contribution of capital, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.32               | 0.40  | 0.32    | 0.29     |
| Contribution of capital, Hardware. (8)              | 0.18               | 0.25  | 0.18    | 0.17     |
| Contribution of capital, Software. (9)              | 0.02               | 0.03  | 0.02    | 0.02     |
| Contribution of capital, Communications. (10)       | 0.11               | 0.13  | 0.11    | 0.10     |
| Contribution of TFP. (10)=(1)-(2)-(3)               | 3.12               | 3.41  | 3.04    | 3.17     |

Sources: INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database and EU KLEMS database, and our own elaboration.

**Table A13. SOURCES OF GROSS VALUE ADDED GROWTH. 1975-1995**

|                                                     | The Basque Country | Araba | Bizkaia | Gipuzkoa |
|-----------------------------------------------------|--------------------|-------|---------|----------|
| GVA growth. (1)                                     | 0.65               | 1.56  | 0.55    | 0.43     |
| Contribution of labor. (2)                          | -0.60              | 0.02  | -0.72   | -0.67    |
| Contribution of capital, Total. (3)=(4)+(7)         | 0.72               | 1.04  | 0.79    | 0.48     |
| Contribution of capital, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 0.47               | 0.74  | 0.53    | 0.27     |
| Contribution of capital, Public infrastructure. (5) | 0.09               | 0.11  | 0.10    | 0.09     |
| Contribution of capital, Other Non-ICT. (6)         | 0.37               | 0.64  | 0.43    | 0.18     |
| Contribution of capital, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.25               | 0.29  | 0.26    | 0.21     |
| Contribution of capital, Hardware. (8)              | 0.15               | 0.18  | 0.15    | 0.13     |
| Contribution of capital, Software. (9)              | 0.06               | 0.05  | 0.06    | 0.05     |
| Contribution of capital, Communications. (10)       | 0.05               | 0.06  | 0.05    | 0.03     |
| Contribution of TFP. (10)=(1)-(2)-(3)               | 0.53               | 0.51  | 0.48    | 0.62     |

Sources: INE, FFBVA, FBBVA-IVIE database and EU KLEMS database, and our own elaboration.

**Table A14. SOURCES OF GROWTH FOR GROSS VALUE ADDED PER HOUR. 1965-1975**

|                                                              | The Basque Country | Araba | Bizkaia | Gipuzkoa |
|--------------------------------------------------------------|--------------------|-------|---------|----------|
| GVA per hour growth. (1)                                     | 4.87               | 5.59  | 4.90    | 4.62     |
| Contribution of labor composition per hour (2)               |                    |       |         |          |
| Contribution of capital per hour, Total. (3)=(4)+(7)         | 1.75               | 2.19  | 1.86    | 1.45     |
| Contribution of capital per hour, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 1.46               | 1.84  | 1.56    | 1.19     |
| Contribution of capital per hour, Public infrastructure. (5) | 0.08               | 0.05  | 0.07    | 0.10     |
| Contribution of capital per hour, Other Non-ICT. (6)         | 1.37               | 1.79  | 1.49    | 1.09     |
| Contribution of capital per hour, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.29               | 0.35  | 0.30    | 0.26     |
| Contribution of capital per hour, Hardware. (8)              | 0.17               | 0.22  | 0.17    | 0.16     |
| Contribution of capital per hour, Software. (9)              | 0.02               | 0.02  | 0.02    | 0.02     |
| Contribution of capital per hour, Communications. (10)       | 0.10               | 0.11  | 0.11    | 0.09     |
| Contribution of TFP. (9)=(1)-(2)-(3)                         | 3.12               | 3.41  | 3.04    | 3.17     |

Sources: INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database, EU KLEMS database, and our own elaboration.

**Table A15. SOURCES OF GROWTH FOR GROSS VALUE ADDED PER HOUR. 1975-1995**

|                                                              | The Basque Country | Araba | Bizkaia | Gipuzkoa |
|--------------------------------------------------------------|--------------------|-------|---------|----------|
| GVA per hour growth. (1)                                     | 1.46               | 1.54  | 1.53    | 1.32     |
| Contribution of labor composition per hour (2)               |                    |       |         |          |
| Contribution of capital per hour, Total. (3)=(4)+(7)         | 0.93               | 1.03  | 1.05    | 0.70     |
| Contribution of capital per hour, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 0.66               | 0.74  | 0.76    | 0.47     |
| Contribution of capital per hour, Public infrastructure. (5) | 0.11               | 0.11  | 0.11    | 0.10     |
| Contribution of capital per hour, Other Non-ICT. (6)         | 0.55               | 0.63  | 0.65    | 0.37     |
| Contribution of capital per hour, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.27               | 0.29  | 0.29    | 0.23     |
| Contribution of capital per hour, Hardware. (8)              | 0.15               | 0.18  | 0.16    | 0.13     |
| Contribution of capital per hour, Software. (9)              | 0.06               | 0.05  | 0.06    | 0.05     |
| Contribution of capital per hour, Communications. (10)       | 0.06               | 0.06  | 0.07    | 0.04     |
| Contribution of TFP. (9)=(1)-(2)-(3)                         | 0.53               | 0.51  | 0.48    | 0.62     |

Sources: INE, FBBVA, FBBVA-IVIE database, and our own elaboration.

**Table A16. SOURCES OF GROWTH FOR GROSS VALUE ADDED PER HOUR. 1995-2008**

|                                                              | The Basque Country | Araba           | Bizkaia        | Gipuzkoa        |
|--------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------|----------------|-----------------|
| GVA per hour growth. (1)                                     | 0.45<br>(2.01)     | 0.50<br>(2.23)  | 0.56<br>(2.20) | 0.47<br>(1.62)  |
| Contribution of labor composition per hour (2)               |                    |                 |                |                 |
| Contribution of capital per hour, Total. (3)=(4)+(7)         | 0.50               | 0.55            | 0.38           | 0.66            |
| Contribution of capital per hour, Non-ICT. (4)=(5)+(6)       | 0.15               | 0.17            | 0.06           | 0.29            |
| Contribution of capital per hour, Public infrastructure. (5) | 0.00               | -0.03           | 0.01           | -0.01           |
| Contribution of capital per hour, Other Non-ICT. (6)         | 0.16               | 0.20            | 0.05           | 0.31            |
| Contribution of capital per hour, ICT. (7)=(8)+(9)+(10)      | 0.35               | 0.38            | 0.32           | 0.37            |
| Contribution of capital per hour, Hardware. (8)              | 0.19               | 0.20            | 0.18           | 0.20            |
| Contribution of capital per hour, Software. (9)              | 0.08               | 0.08            | 0.08           | 0.08            |
| Contribution of capital per hour, Communications. (10)       | 0.08               | 0.10            | 0.06           | 0.09            |
| Contribution of TFP. (9)=(1)-(2)-(3)                         | -0.05<br>(1.20)    | -0.05<br>(1.65) | 0.17 (1.11)    | -0.19<br>(1.13) |

The figures within parentheses show the results for the Basque Country, Araba, Bizkaia, and Gipuzkoa for the period 2003-2007.

Sources: INE, FBBVA-IVIE database, EU KLEMS database, and our own elaboration.

---

# *La investigación sobre aglomeraciones territoriales de empresas en las publicaciones españolas de Geografía y Economía*

En las últimas décadas los modelos productivos territoriales han sido objeto de debate científico. Sin embargo, a pesar de su creciente importancia, se observa una ausencia de trabajos previos de revisión bibliográfica. Llenar este vacío supone realizar un análisis del contenido de la investigación académica realizada. Para ello hemos seleccionado las principales revistas científicas españolas de Economía y Geografía de 1998 a 2008. Se ha obtenido una base de datos compuesta por 152 trabajos, en los cuales se ha estudiado la evolución de su carácter científico, los grupos de investigación y universidades, las líneas de investigación, los métodos empleados, así como las posibles diferencias entre las dos áreas analizadas. Todo ello nos permitirá conocer el nivel de desarrollo logrado y proponer líneas de investigación futuras.

*Azken hamarkadetan lurraldeetako produkzio-ereduei buruzko eztabaida zientifikoak egin izan dituzte ikertzaileek. Hala ere, gero eta garrantzitsuagoa izan arren, ez dago bibliografia berrikusteko aurretiko lanik. Hori dela eta, orain arte egin den ikerketa akademikoaren edukia aztertu behar da lehenik eta behin. Horretarako, denbora-eremu nahiko zabalean (1998tik 2008ra), Ekonomia eta Geografiari buruzko Espainiako aldizkari zientifiko nagusiak hautatu ditugu. 152 lanez osatutako datu-basea eskuratu da, eta honakoak aztertu dira: izaera zientifikoaren bilakaera, ikerketa-taldeak edo/eta unibertsitateak, ikerketa-ildoak, erabilitako metodologia eta aztertutako arlo bien artean izan litezkeen ezberdintasunak. Horrekin guztiarekin eremu horien egungo garapen-maila zein den jakin eta etorkizunerako ikerketa-ildoak proposatu ahal izango ditugu.*

In recent decades, regional production patterns are the subject of scientific debate and study by researchers worldwide. However, despite its growing importance, there is a lack of previous literature review work. This gap advises us to perform a content analysis of the academic research done so far. To proceed, and choosing a sufficiently large temporal area, 1998 to 2008, we have selected the main Spanish scientific journals of Economics and Geography. We obtained a database composed by 152 contributions, in which we have studied the evolution of its scientific nature, research groups and/or universities, the research agenda, methodology and possible differences between the two analyzed areas. This will allow us to know the level of development of these areas and propose future research lines.

Josep Capó-Vicedo\*  
*Universitat Politècnica de València*

M<sup>a</sup> Teresa Martínez-Fernández  
*Universitat Jaume I*

Débora Nicolau-Juliá  
*Universitat Politècnica de València*

309

## Índice

---

1. Introducción
2. Método de la investigación
3. Análisis de resultados
4. Conclusiones

Referencias bibliográficas

Palabras clave: Territorio, distrito industrial, cluster, desarrollo regional, análisis de contenido.

Keywords: territory, industrial district, cluster, regional development, content analysis.

N.º de clasificación JEL: R11, C81, O18.

---

## 1. INTRODUCCIÓN

El estudio de la Geografía y sus implicaciones económicas ha sido un área de conocimiento muy desarrollada en los últimos años; en concreto, la localización geográfica ha sido considerada como un espacio o ámbito de intervención en el nivel básico. También ha sido analizada como un elemento constituyente del contexto social e institucional de la empresa (Weber, 1929; Isard, 1951). Así, los investigadores han mostrado una creciente atención por las empresas localizadas en áreas geográficas limitadas. Como resultado de este interés podemos encontrar una gran variedad de conceptos explicativos del fenómeno: los *Milieux Innovateurs* (Aydalot, 1986), la *Especialización Flexible* (Piore y Sabel, 1984), el *Sistema de Producción* (Storper y Harrison, 1991), el *Cluster Industrial* (Porter, 1990; Enright, 1995), el *Sistema Nacional*

---

\* Esta investigación ha sido financiada por el Ministerio de Educación y Ciencia, Plan Nacional de I+D+i (2007-2010), proyecto «El Distrito Industrial: el impacto del Capital Social sobre la Gestión de la Cadena de Suministro» (SEJ2007-62876/ECON) y por la Generalitat Valenciana, Plan de Ayudas para Formación de Personal de Apoyo (FPA/2010) del Programa Gerónimo Forteza.

de Innovación (Lundvall, 1992), el *Hot Spot* (Pouder y St. John, 1996) o el *Distrito Industrial*, propuesto inicialmente por Marshall (1890) y desarrollado más tarde por Becattini (1979, 1987, 1989, 1990) y un importante número de economistas y sociólogos italianos (Sforzi, 1990; Triglia, 1990; Brusco, 1990; Bellandi, 1992)<sup>1</sup>.

Aunque el término aplicado inicialmente en muchos casos era el de «nuevos espacios industriales» (Scott, 1988), posteriormente el concepto se ha ampliado hasta incluir ámbitos agrícolas, agroindustriales, de servicios o mixtos favorecidos por la nueva lógica territorial y por los fenómenos de desarrollo local visibles en ciertos espacios rurales con destacada presencia de la industria (Malassis, 1979; Iacoponi *et al.*, 1995; Vázquez-Barquero, 1999; Méndez, 1990, 1994; North, 1998; Becattini, 2000; Rama y Calatrava, 2002; Salom, 2003; Méndez y Sánchez-Moral, 2003, Sánchez-Moral, 2004). En todos estos casos se está haciendo referencia a aquellas áreas cuyo resurgir económico está relacionado con características locales, específicas al lugar, que les permiten competir eficazmente en un contexto globalizado (Salom, 2003).

En general los autores sugieren que las aglomeraciones territoriales benefician a las empresas por la existencia de una serie de externalidades o interdependencias no comercializables (Storper, 1992). Más aún, algunos autores enfatizan la superioridad de esta forma de organización industrial en comparación con la producción en masa y la empresa verticalmente integrada (Piore y Sabel, 1984; Best, 1990). Uno de los elementos decisivos del éxito económico de estas áreas radica en su capacidad para generar, adoptar y difundir innovaciones. En el contexto económico actual, en el que la competencia estática basada en precios se ha visto sustituida por una competencia basada en la mejora dinámica, la capacidad de innovación es un determinante endógeno crucial para el crecimiento económico y la adaptación de las empresas y los territorios (Malmberg y Maskell, 2002).

Es destacable el aumento en los últimos años del peso relativo de los estudios sobre políticas de desarrollo regional, así como los temas de investigación y desarrollo tecnológico, con una gran parte de las aportaciones centradas en el papel de la innovación y la tecnología en el desarrollo regional (Salom, 2005). A diferencia de etapas anteriores en las que la atención se centraba en las innovaciones empresariales de carácter tecnológico, considerando al territorio como mero soporte o escenario en el que discurrían los acontecimientos, se entiende ahora que es la capacidad innovadora de las empresas asociadas a un territorio la que, al permitir utilizar racionalmente los recursos existentes en cada ámbito es capaz de crear un entorno que propicia el desarrollo (Caravaca *et al.*, 2003). La empresa no es considerada ya como

<sup>1</sup> El desarrollo del Distrito Industrial surgió como consecuencia del estudio intensivo de diferentes regiones de Italia (Terza Italia Emiliana y Toscana), dándose el caso de que en los años ochenta y noventa se produjo una intensa interacción entre el grupo de los *distrettualisti* italianos de la Escuela de Florencia y otro grupo de economistas catalanes, como M<sup>a</sup> Teresa Costa o Joan Trullén, entre otros (Becattini, 2002). Fue precisamente éste último quien adaptó a España el método de los distritos industriales (Trullén, 1993).

un agente innovador aislado, sino parte de un medio con una capacidad innovadora determinada, por lo que se hace imprescindible analizar las relaciones entre las empresas y su entorno y estudiar las formas de organización que las caracterizan (Salom y Albertos, 2006). El entorno contribuye, pues, a provocar el dinamismo socioeconómico y, en la lógica global de las redes, permite comportarse a determinados espacios como ganadores o emergentes (Caravaca, 1998).

Como se puede observar, el concepto de las aglomeraciones territoriales de empresas ha impregnado tanto el análisis del desarrollo teórico y aplicado como la propia política industrial (Soler, 2006); son los geógrafos y los economistas los científicos sociales que han contribuido en mayor medida al desarrollo de estos estudios (Salom, 2005). Sin embargo, y a pesar de la creciente e importante atención que ha merecido el tema planteado, no existe un estudio sobre el estado de la investigación académica publicada hasta la actualidad sobre estas áreas de desarrollo local y regional.

Como primera aproximación encaminada a cubrir este vacío, el presente trabajo tiene como objetivo principal realizar un estudio sobre el estado de la investigación académica de los conceptos de *cluster* y distrito industrial como representativos de las aglomeraciones territoriales de empresas<sup>2</sup>, así como sugerir futuras líneas de investigación.

Para lograr este objetivo se han revisado las contribuciones en las principales revistas científicas españolas de Economía y Geografía en el período 1998-2008 mediante la técnica de análisis de contenido. Los trabajos seleccionados han sido estudiados desde cuatro puntos de vista: la evolución de su carácter científico, la autoría, las líneas de investigación a las que están adscritos y el método empleado en cada uno de ellos, complementado con un análisis comparativo entre ambas áreas de conocimiento.

Con esta primera aproximación pretendemos contribuir al desarrollo contextual de investigaciones futuras sobre aglomeraciones territoriales de empresas, puesto que la revisión de la literatura es un primer paso para evaluar el conocimiento acumulado en un área particular. A pesar del tiempo que consume y los grandes volúmenes de datos que se deben tratar, el análisis de contenido de revistas científicas puede marcar el progreso de una disciplina, al mismo tiempo que podría proporcionar la dirección de futuras líneas de investigación (Williams y Plouffe, 2007). Así pues, entendemos que este método permitirá a los investigadores conocer el nivel de desarrollo de los diferentes campos de investigación que abordan el tema de las aglomeraciones territoriales de empresas, permitiéndoles detectar los temas que merecen mayor atención, así como trabajar en las líneas emergentes.

---

<sup>2</sup> Se ha particularizado en estos dos conceptos al considerarlos de una mayor aceptación en la comunidad científica, así como por la gran profusión de trabajos que utilizan esta terminología en la literatura especializada.

Este artículo se estructura de la siguiente manera: en primer lugar se presenta el método utilizado para realizar el análisis de contenido, a continuación se extraen los principales resultados del estudio y las conclusiones generales del trabajo materializadas en los principales hallazgos obtenidos, así como en recomendaciones sobre la investigación futura en el campo de los *clusters* y los distritos industriales. Finalmente, señalamos las limitaciones existentes en este trabajo y las futuras investigaciones a realizar.

## 2. MÉTODO DE LA INVESTIGACIÓN

La revisión de la investigación publicada sobre un tema determinado constituye una de las principales vías para evaluar el contenido metodológico de la misma. Mediante el análisis de contenido de los trabajos que se publican en revistas académicas podemos evaluar el desarrollo científico de una disciplina, conocer la dirección y tendencias de la investigación, y comprender los mecanismos que determinan la calidad de las publicaciones como forma adecuada de guiar el trabajo de los investigadores.

El análisis de contenido presenta dos métodos principales. El primero, la identificación directa, que aborda la descripción de la temática o área de investigación y el perfil de los trabajos mediante la revisión de los objetivos, métodos y resultados del trabajo. Este tipo de trabajos aparece con cierta frecuencia ya que en los Consejos editoriales de las revistas suele existir interés en evaluar las características de sus publicaciones periódicamente. El segundo método es la identificación indirecta, que consiste en analizar cómo se disemina el conocimiento entre las distintas revistas. Se trata de un procedimiento que, más que abordar los conceptos utilizados, analiza la estructura de citas a otras revistas, lo que permite conocer cómo una disciplina se relaciona con otras.

El trabajo que aquí se presenta utiliza el análisis de contenido mediante la identificación directa para revisar la investigación publicada en revistas españolas sobre aglomeraciones territoriales de empresas. La revisión bibliográfica se extiende a un período de 11 años comprendido entre 1998 y 2008. Se consigue así un ámbito temporal lo suficientemente amplio como para analizar con fiabilidad las tendencias de evolución de las investigaciones. Asimismo, la ausencia de trabajos previos de revisión bibliográfica en este tema aconseja tanto dicho estudio como la amplitud del período de revisión.

Este tipo de investigaciones se ha realizado fundamentalmente en publicaciones internacionales (Kassarjian, 1977; Kolbe y Burnett, 1991; Scandura y Williams, 2000; Chandler y Lyons, 2001; Maude, 2004; Yang *et al.*, 2006; Hanson y Grimmer, 2007; Piekkari *et al.*, 2010), mientras que en España encontramos trabajos más generales. Nuestro trabajo se basa en los trabajos de Yagüe y Múgica (1993), Esteban (1999), Garrido y Gutiérrez (1999), Vallet *et al.* (2002) y Chamorro *et al.* (2006), dentro del área de Comercialización e Investigación de Mercados; los de Guerras *et al.* (1999), Medina y Ramos (2004), Pérez y Garrido (2006) y Del Río y Martínez

(2007) en el ámbito de la Economía de la empresa; y, finalmente en los de Salom (2005) y Herranz (2005), sobre investigaciones de los geógrafos en estudios regionales y sobre las investigaciones en ciencia regional, respectivamente. De acuerdo con todas estas referencias analizaremos los siguientes aspectos: la evolución del carácter científico, los autores y universidades, y el método empleado.

El análisis de contenido comienza con la selección de las fuentes de información. A este respecto, no existe unanimidad en la selección de las fuentes para llevar a cabo este tipo de estudios. Mientras algunos autores incluyen sólo revistas académicas, otros completan la información con las actas de congresos y otro tipo de publicaciones. Nosotros optamos por revisar sólo las revistas académicas, ya que entendemos que los trabajos presentados a congresos, las tesis doctorales y otras investigaciones de calidad terminan siendo publicadas en las mismas.

Tras esta primera distinción, el segundo paso consiste en la elección de las revistas a consultar. Debido a la ausencia de publicaciones académicas especializadas en aglomeraciones territoriales de empresas, en este estudio se seleccionó un conjunto de revistas españolas susceptibles de incluir trabajos en estos campos, incluyendo así todas aquellas que se encuentran en el listado del índice de impacto de las revistas españolas de Ciencias Sociales del IN-RECS<sup>3</sup>, correspondiente al año 2007. En concreto se han analizado todas las revistas correspondientes a los tres primeros cuartiles del apartado de Economía, y todas las correspondientes al apartado de Geografía. Entendemos que las publicaciones sobre las que se efectúa el trabajo de revisión constituyen una muestra bastante amplia y, por ende, representativa, de la investigación objeto de estudio.

El tercer paso consiste en seleccionar los artículos aparecidos en las revistas consideradas que pudieran tener una temática relacionada con los temas objeto de estudio. Dado que la unidad de análisis de este trabajo es el artículo publicado, se han eliminado de esta investigación las notas breves, editoriales, comentarios profesionales o revisiones de libros, habituales en algunas de las revistas analizadas. Para la elección se escogieron una serie de palabras clave que debían aparecer en el título, en el resumen o en las palabras clave del artículo, en concreto las siguientes: distrito industrial, *cluster*, aglomeraciones, sistemas productivos locales, territorio, desarrollo local y desarrollo regional. De este modo, se obtuvo una base de datos compuesta por 98 trabajos procedentes de 17 revistas de Economía y 69 trabajos procedentes de 15 revistas de Geografía, cuya publicación de procedencia puede observarse en los cuadros nº 1 y 2. Es importante destacar que dos de las revistas seleccionadas (Revista de Estudios Regionales y Revista Valenciana d'Estudis Autònoms) se encuentran incluidas en los dos campos, Geografía y Economía. Dado que las dos revistas están mejor situadas en el área de Geografía, se ha decidido considerar los 15 trabajos correspondientes a estas dos revistas como integrantes de esta área para los posteriores análisis. Por lo tanto, la base de datos completa consta de 152 artículos.

<sup>3</sup> <http://ec3.ugr.es/in-recs/>

**Cuadro n.º 1. PUBLICACIONES Y TRABAJOS SELECCIONADOS PROCEDENTES DE REVISTAS DE ECONOMÍA**

| Revista                                                          | Período                  | Trabajos publicados | Trabajos seleccionados <sup>(c)</sup> | % s/ seleccionados |
|------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------------|---------------------------------------|--------------------|
| Ekonomiaz: Revista vasca de economía                             | 1998-2008                | 390                 | 26 (6,66%)                            | 27                 |
| Economía Industrial                                              | 1998-2008                | 756                 | 17 (2,25%)                            | 17                 |
| Revista de Estudios Regionales <sup>(b)</sup>                    | 1998-2008                | 330                 | 10 (3,03%)                            | 10                 |
| Investigaciones Regionales                                       | 2002-2008 <sup>(a)</sup> | 119                 | 8 (6,72%)                             | 8                  |
| Ciriec-España. Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa | 1998-2008                | 346                 | 5 (1,44%)                             | 5                  |
| Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa   | 1998-2008                | 319                 | 5 (1,57%)                             | 5                  |
| Revista Valenciana d'Estudis Autònoms <sup>(b)</sup>             | 1998-2008                | 354                 | 5 (1,41%)                             | 5                  |
| Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa                  | 1998-2008                | 241                 | 4 (1,66%)                             | 4                  |
| Revista Asturiana de Economía                                    | 1998-2008                | 258                 | 4 (1,55%)                             | 4                  |
| Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa            | 1998-2008                | 458                 | 3 (0,65%)                             | 3                  |
| Dirección y Organización                                         | 1998-2008                | 237                 | 3 (1,26%)                             | 3                  |
| Información Comercial Española<br>Revista de Economía            | 1998-2008                | 1.123               | 2 (0,18%)                             | 2                  |
| Análisis Local                                                   | 1998-2008                | 427                 | 2 (0,47%)                             | 2                  |
| Cuadernos Económicos de ICE                                      | 1998-2008                | 124                 | 1 (0,81%)                             | 1                  |
| Estudios de Economía Aplicada                                    | 1998-2008                | 392                 | 1 (0,25%)                             | 1                  |
| Cuadernos de Gestión                                             | 1998-2008                | 110                 | 1 (0,91%)                             | 1                  |
| Revista Económica de Catalunya                                   | 1998-2008                | 194                 | 1 (0,52%)                             | 1                  |
| <b>TOTAL</b>                                                     |                          | <b>6.178</b>        | <b>98 (1,59%)</b>                     | <b>100</b>         |

<sup>(a)</sup> Período donde el primer año es el de inicio de la revista.

<sup>(b)</sup> Estas dos revistas aparecen en el listado de la base de datos In-Recs en las dos áreas: Economía y Geografía.

<sup>(c)</sup> Entre paréntesis el % de artículos seleccionados sobre el total de trabajos publicados en la revista en el periodo de estudio.

Fuente: Elaboración propia.

**Cuadro n.º 2. PUBLICACIONES Y TRABAJOS SELECCIONADOS PROCEDENTES DE REVISTAS DE GEOGRAFÍA**

| Revista                                                            | Período                    | Trabajos publicados | Trabajos seleccionados <sup>(c)</sup> | % s/ seleccionados |
|--------------------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------|---------------------------------------|--------------------|
| Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles                    | 1998-2008                  | 315                 | 15 (4,76%)                            | 22                 |
| Revista de Estudios Regionales <sup>(b)</sup>                      | 1998-2008                  | 330                 | 10 (3,03%)                            | 14                 |
| Anales de Geografía de la Universidad Complutense                  | 1998-2008                  | 212                 | 7 (3,30%)                             | 10                 |
| Ería                                                               | 1998-2008                  | 222                 | 7 (3,15%)                             | 10                 |
| Investigaciones Geográficas                                        | 1998-2008                  | 263                 | 6 (2,28%)                             | 9                  |
| Revista Valenciana d'Estudis Autònoms <sup>(b)</sup>               | 1998-2008                  | 354                 | 5 (1,41%)                             | 7                  |
| Documents d'Anàlisi Geogràfica                                     | 1998-2008                  | 176                 | 4 (2,27%)                             | 6                  |
| Estudios Geográficos                                               | 1998-2008                  | 282                 | 3 (1,06%)                             | 4                  |
| Cuadernos de Geografía de la Universidad de Valencia               | 1998-2008                  | 173                 | 3 (1,73%)                             | 4                  |
| Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales | 1998-2008                  | 1.176               | 2 (0,17%)                             | 3                  |
| Treballs de la Societat Catalana de Geografia                      | 1998-2008                  | 240                 | 2 (0,83%)                             | 3                  |
| Territoris. Revista del Departament de Ciències de la Terra        | 1998-2008                  | 91                  | 2 (2,2%)                              | 3                  |
| Lurralde. Investigación y Espacio                                  | 1998-2008                  | 115                 | 1 (0,87%)                             | 1                  |
| Cuadernos Geográficos de la Universidad de Granada                 | 1998-2008                  | 202                 | 1 (0,49%)                             | 1                  |
| Norba. Revista de Geografía                                        | 1998 y 2006 <sup>(a)</sup> | 23                  | 1 (4,35%)                             | 1                  |
| <b>TOTAL</b>                                                       |                            | <b>4.174</b>        | <b>69 (1,65%)</b>                     | <b>100</b>         |

<sup>(a)</sup> Años en los que existen números de la revista.

<sup>(b)</sup> Estas dos revistas aparecen en el listado de la base de datos In-Recs en las dos áreas: Economía y Geografía.

<sup>(c)</sup> Entre paréntesis el % de artículos seleccionados sobre el total de trabajos publicados en la revista en el periodo de estudio.

Fuente: Elaboración propia.

En los cuadros anteriores puede observarse que los artículos sobre *clusters* y distritos industriales suponen un 1,59% sobre el total de artículos publicados por las revistas de Economía, y un 1,65% del total de artículos publicados en las revistas de Geografía en el período estudiado, lo que muestra un nivel de interés similar en ambas áreas de conocimiento. Por revistas, destacan como más interesadas en este ámbito las revistas Investigaciones Regionales, con un 6,72% y Ekonomiaz, con un 6,66% de sus trabajos publicados centrados en el tema de estudio, así como el Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles, la Revista de Estudios Regionales, Anales de Geografía de la Universidad Complutense y Eria, todas éstas con valores superiores al 3%.

Una vez realizada esta tarea inicial se analizó en profundidad cada artículo a partir de una ficha de recogida de datos que constaba de dos bloques. En un primer bloque se recogían las características generales de los trabajos que permitían identificar inequívocamente cada trabajo analizado a través de sus palabras clave, objetivos perseguidos, procedencia de los autores, o la naturaleza conceptual o empírica del trabajo. En un segundo bloque se recogían las características de la investigación, a través de la naturaleza de las fuentes de información, tipo de información, objetivo del trabajo, ámbito temporal, ámbito geográfico, sector de aplicación, tipo de investigación y técnicas estadísticas utilizadas.

A partir de los datos obtenidos de la revisión efectuada, se realizará en primer lugar un análisis general de las características científicas de los artículos seleccionados, para pasar posteriormente a analizar las líneas de investigación seguidas, y finalmente realizar un análisis comparativo entre las dos grandes áreas analizadas: Geografía y Economía.

Para ello se han utilizado diferentes estadísticos con el propósito de establecer cuándo las diferencias observadas son o no estadísticamente significativas entre las líneas de investigación detectadas y entre las dos áreas estudiadas, así como la evolución en el tiempo de alguna de las variables más importantes. Así, la prueba F se utiliza para ver si existen diferencias por años (evolución a través del tiempo) en dos variables continuas: el número de referencias y el número de técnicas estadísticas, así como en el análisis de si existen diferencias en el número de referencias utilizado en las distintas líneas de investigación. El test V de Cramer mide la asociación entre variables discretas, en este caso son las variables tipo de trabajo, fuentes de información, tipo de información, objetivo, ámbito temporal, ámbito geográfico, tipo de investigación, técnicas estadísticas, sector, grupos de investigación, universidades y líneas de investigación.

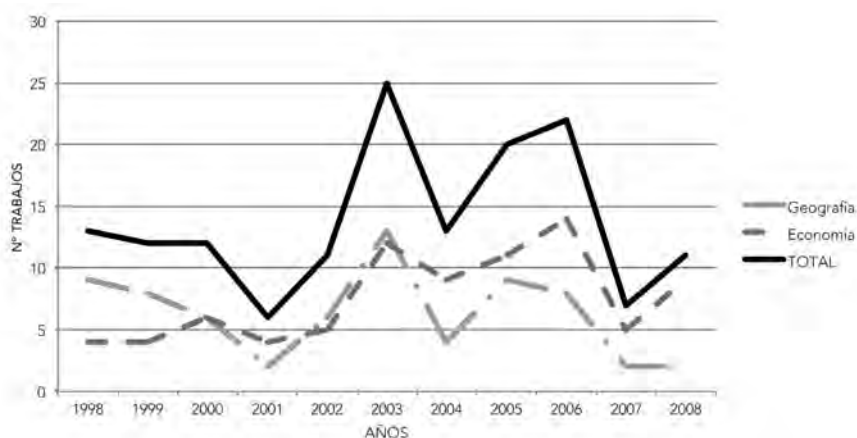
### 3. ANÁLISIS DE RESULTADOS

En los siguientes apartados se presentan los resultados más relevantes del análisis de contenido sobre la base de datos obtenida.

### 3.1. Evolución científica de los trabajos

En primer lugar hemos analizado la distribución temporal de la publicación de artículos en las revistas analizadas. En el gráfico n° 1 puede observarse que existen trabajos en este campo en todos los años del período considerado. Destacan los años 2003, 2005 y 2006 por la alta producción en el tema de las aglomeraciones territoriales de empresas. Como puede observarse, la producción en las áreas de Economía y de Geografía es bastante similar, ligeramente superior en las publicaciones de Economía a partir del año 2004.

Gráfico n.º 1. **EVOLUCIÓN TEMPORAL DE LOS TRABAJOS PUBLICADOS**



Fuente: Elaboración propia.

Posteriormente se han medido tres indicadores: la proporción de trabajos empíricos frente a conceptuales, la utilización de referencias que apoyan la parte conceptual del trabajo, y el número de técnicas estadísticas asociadas a cada trabajo que apoyan la parte empírica del mismo (cuadro n° 3).

Así, una primera manifestación del carácter científico de un trabajo vendría reflejada por la presencia de una investigación empírica en el mismo, ya que la existencia de una base teórica consolidada conduce a su contraste empírico en diferentes contextos y situaciones. Los resultados del cuadro n° 3 nos indican que en el período considerado existe una mayor cantidad de trabajos empíricos (62,5%) que conceptuales (37,5%). Asimismo en el gráfico n° 2 puede observarse su evolución a lo largo de los distintos años, encontrándonos, salvo en el año 2002, un mayor número de artículos empíricos frente a conceptuales, con tendencias lineales crecientes en los dos casos, aunque no se detecta una diferencia estadísticamente significativa por años ( $V \text{ Cramer}=0,237$ ,  $\text{Sig.}=0,575$ ).

**Cuadro n.º 3. EVOLUCIÓN DEL CARÁCTER CIENTÍFICO DE LOS TRABAJOS**

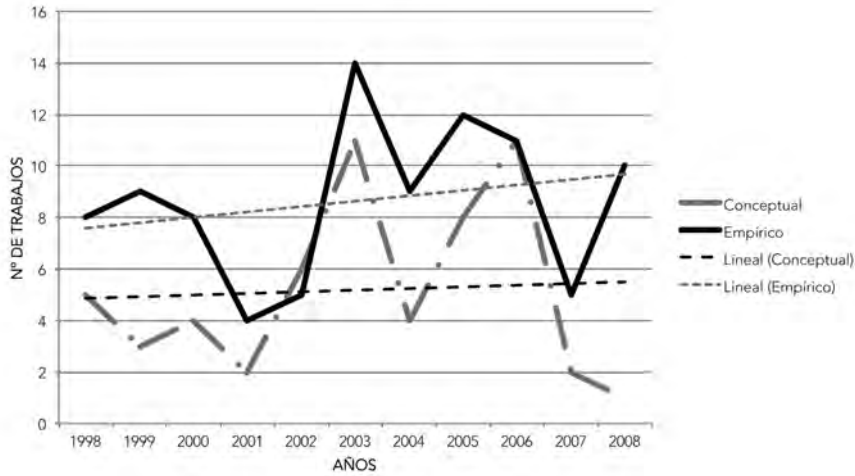
|              |       | 1998  | 1999  | 2000  | 2001  | 2002  | 2003  | 2004  | 2005  | 2006  | 2007  | 2008  |
|--------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| TOTAL        | 152   | 13    | 12    | 12    | 6     | 11    | 25    | 13    | 20    | 22    | 7     | 11    |
| TIPO TRABAJO |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Conceptual   | 57    | 5     | 3     | 4     | 2     | 6     | 11    | 4     | 8     | 11    | 2     | 1     |
| Empírico     | 95    | 8     | 9     | 8     | 4     | 5     | 14    | 9     | 12    | 11    | 5     | 10    |
| REFERENCIAS  |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Media        | 39,72 | 46,46 | 37,58 | 30,33 | 41,33 | 46,64 | 30,68 | 35,77 | 47,70 | 31,68 | 63,14 | 48,45 |
| Des. Típica  | 25,62 | 34,68 | 19,07 | 17,94 | 24,28 | 25,61 | 21,10 | 27,22 | 26,49 | 23,09 | 37,83 | 17,65 |
| Nº TÉCNICAS  |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |       |
| Media        | 0,76  | 0,85  | 0,83  | 0,92  | 1,17  | 0,55  | 0,48  | 0,54  | 0,75  | 0,59  | 1,57  | 1,09  |
| Des. Típica  | 0,88  | 0,80  | 0,58  | 1,24  | 1,17  | 0,82  | 0,71  | 0,66  | 0,97  | 0,73  | 1,40  | 0,83  |

Fuente: Elaboración propia.

Un segundo indicador del rigor científico de un trabajo es el uso extensivo de referencias para dar cuenta de la literatura revisada, para apoyar el método aplicado y para contrastar los resultados con otros trabajos. Siguiendo a Yagüe y Múgica (1993), y teniendo en cuenta que cada vez existe un volumen mayor de literatura asociada a la investigación, se espera una evolución creciente del número de citas incluidas en cada trabajo. Los resultados nos indican que esto se cumple en los trabajos analizados (cuadro n.º 3), existiendo una tendencia creciente del número de referencias bibliográficas incluidas en cada artículo a lo largo de los años tanto para cada una de las áreas consideradas por separado como para el conjunto de ambos gráficos (gráfico n.º 3), dándose diferencias estadísticamente significativas por años ( $F=1,917$ ,  $\text{Sig.}=0,047$ ).

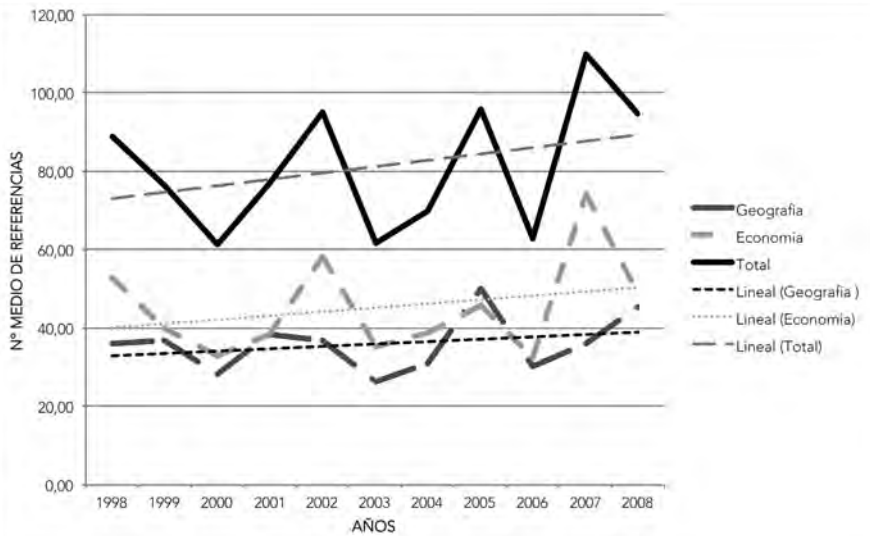
Finalmente, como primera aproximación y siguiendo lo propuesto en trabajos anteriores (Vallet *et al.*, 2002), se considera que un mayor número de técnicas estadísticas empleadas en los trabajos empíricos, significaría un mayor nivel de complejidad en la investigación, y podría, por tanto, suponer una evolución positiva del carácter científico de la disciplina. En nuestro estudio, el número medio de técnicas por artículo es de 0,76, detectándose un ligero crecimiento a lo largo del período considerado, aunque no existen diferencias estadísticamente significativas por años ( $F=1,449$ ,  $\text{Sig.}=0,165$ ), lo cual nos indica un nivel de complejidad relativamente bajo en la investigación sobre el tema de estudio analizado. Para ampliar esta primera aproximación, en apartados posteriores del trabajo (ver «Métodos y características de las líneas de investigación» y «Gaps identificados»), se profundizará en este aspecto, analizando no

Gráfico n.º 2. **EVOLUCIÓN TEMPORAL DEL TIPO DE TRABAJO**



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico n.º 3. **EVOLUCIÓN TEMPORAL DEL N.º MEDIO DE REFERENCIAS**



Fuente: Elaboración propia.

únicamente el número de técnicas empleadas, con lo que se consigue conocer el nivel de complejidad del trabajo, sino también el tipo de técnicas, con lo que dependiendo de las técnicas utilizadas y de su grado de utilización, se podrá tener una visión del nivel de «sofisticación» de la investigación y con ello saber si el objetivo del trabajo es mayoritariamente descriptivo (utilización de técnicas como histogramas, análisis de medias,...) o principalmente explicativo-predictivo (utilización de técnicas como análisis de regresión, análisis de ecuaciones estructurales...), es decir con la pretensión de intentar explicar o predecir la relación entre variables previamente prefijadas.

### 3.2. Análisis de los grupos de investigación

El segundo punto de vista analizado va asociado a los grupos de investigación y/o universidades. Así, la necesidad de formar equipos de trabajo es la base sobre la que se sustenta el desarrollo del conocimiento científico. La información del cuadro nº 4 nos indica que, para la totalidad de los trabajos analizados, no existen grandes diferencias entre los trabajos realizados en equipos (51,2%), ya sean de dos, tres o más personas, frente al trabajo individual (48,8%), situándose el número medio de autores por artículo en 1,70.

Posteriormente, hemos analizado si en los trabajos colectivos detectados (51,2% del total) participan personas de la misma universidad, o por el contrario se trata de trabajos de colaboración entre diferentes universidades. Vallet *et al.* (2002) identificaron un mayor predominio en los trabajos colectivos de equipos de autores procedentes de la misma universidad, frente a trabajos firmados por investigadores adscritos a diferentes organizaciones. En nuestro caso, esto también se cumple, detectándose un predominio de los equipos de autores procedentes de la misma universidad (31,33%), frente a los trabajos firmados por investigadores adscritos a diferentes organizaciones, suponiendo estos últimos el 19,88% sobre el total de trabajos analizados. Completando esta información, se detectan diferencias significativas entre si los investigadores trabajan en equipos de la misma universidad o en colaboración con investigadores de otras universidades en función de la universidad considerada ( $V$  Cramer=0,720, Sig.=0,000). Así, encontramos que las universidades con mayor porcentaje de trabajos en equipo formados por autores de la misma institución son: Universidad de Valladolid, País Vasco, Universitat Jaume I y Universitat de Valencia, mientras que las universidades que se caracterizan por colaboraciones de ambos tipos por igual son la Universidad de Barcelona, la Universidad Politécnica de Valencia y la Universidad Autónoma de Barcelona. Finalmente, la universidad con un mayor porcentaje de trabajos firmados por un único autor es la de Vigo, seguida por las de Girona, y Alicante, mientras que las que destacan con equipos más numerosos de investigación, de tres y cuatro personas, son la Politécnica de Valencia y la del País Vasco.

**Cuadro n.º 4. TRABAJOS POR UNIVERSIDAD Y CARACTERIZACIÓN**  
(en % horizontales)

|      |                                       |                      |       | Tipo Trabajo <sup>(b)</sup><br>(en %) |               | Filiación<br>(en %) |          | Número de autores<br>(en %) |       |       |       |
|------|---------------------------------------|----------------------|-------|---------------------------------------|---------------|---------------------|----------|-----------------------------|-------|-------|-------|
|      |                                       | Total <sup>(a)</sup> | %     | Conc.                                 | Emp.          | Misma               | Distinta | 1                           | 2     | 3     | 4     |
| Art. | Universidad                           | 166                  | 100   | 35,54                                 | 64,46         | 31,33               | 19,88    | 48,80                       | 34,94 | 12,65 | 3,61  |
| 1-3  | Universidades*                        | 22                   | 13,25 | 22,73                                 | 77,27         | 47,54               | 52,46    | 27,38                       | 44,05 | 25,00 | 3,57  |
| 4-6  | U. Barcelona                          | 4                    | 2,41  | <b>75,00</b>                          | 25,00         | 25,00               | 25,00    | 50,00                       | 25,00 | 25,00 | 0,00  |
|      | U. Girona                             | 4                    | 2,41  | 25,00                                 | <b>75,00</b>  | 0,00                | 25,00    | 75,00                       | 25,00 | 0,00  | 0,00  |
|      | U. P. Valencia                        | 4                    | 2,41  | 25,00                                 | <b>75,00</b>  | 50,00               | 50,00    | 0,00                        | 50,00 | 50,00 | 0,00  |
|      | U. Valladolid                         | 4                    | 2,41  | 0,00                                  | <b>100,00</b> | 50,00               | 25,00    | 25,00                       | 75,00 | 0,00  | 0,00  |
|      | U. Vigo                               | 5                    | 3,01  | 0,00                                  | <b>100,00</b> | 20,00               | 0,00     | 80,00                       | 20,00 | 0,00  | 0,00  |
|      | U. A. Barcelona                       | 6                    | 3,61  | 0,00                                  | <b>100,00</b> | 33,33               | 33,33    | 33,33                       | 33,33 | 33,33 | 0,00  |
| +6   | U. C. Madrid                          | 8                    | 4,82  | 25,00                                 | <b>75,00</b>  | 37,50               | 12,50    | 50,00                       | 25,00 | 12,50 | 12,50 |
|      | U. Deusto                             | 8                    | 4,82  | <b>37,50</b>                          | 62,50         | 25,00               | 12,50    | 62,50                       | 25,00 | 0,00  | 12,50 |
|      | U. País Vasco                         | 8                    | 4,82  | <b>37,50</b>                          | 62,50         | 50,00               | 25,00    | 25,00                       | 25,00 | 37,50 | 12,50 |
|      | U. Sevilla                            | 8                    | 4,82  | <b>62,50</b>                          | 37,50         | 37,50               | 12,50    | 50,00                       | 25,00 | 25,00 | 0,00  |
|      | U. Alicante                           | 9                    | 5,42  | 33,33                                 | <b>66,67</b>  | 33,33               | 0,00     | 66,67                       | 33,33 | 0,00  | 0,00  |
|      | U. Jaume I                            | 10                   | 6,02  | 0,00                                  | <b>100,00</b> | 70,00               | 20,00    | 10,00                       | 90,00 | 0,00  | 0,00  |
|      | U. Valencia                           | 19                   | 11,45 | 26,32                                 | <b>73,68</b>  | 52,63               | 5,26     | 42,11                       | 31,58 | 21,05 | 5,26  |
|      | U. Internacionales /<br>instituciones | 47                   | 28,31 | <b>59,57</b>                          | 40,43         | 10,64               | 21,28    | 68,09                       | 25,53 | 4,26  | 2,13  |

\* U. Almería, U. Aut. Madrid, U. Burgos, U. Córdoba, U. Huelva, U. Illes Balears, U. Navarra, UOC, UCLM, U. Lleida, U. Málaga, U. Santiago, U. Salamanca, U. Zaragoza.

<sup>(a)</sup> +El total de artículos y % horizontales asignados son en función de la suma de firmantes de los trabajos analizados, contabilizándose aquellos artículos en que los autores pertenecen a distintas universidades como trabajos propios de cada una de ellas.

<sup>(b)</sup> En negrita aquellas universidades con valores superiores a la media.

Fuente: Elaboración propia.

Para ampliar la información sobre los autores es interesante realizar un análisis de la procedencia de los trabajos (cuadro nº 4). Se detecta que siete universidades españolas tienen más de 6 trabajos cada una, alcanzando el 42,17% de los estudios (Universidades Complutense de Madrid, Deusto, País Vasco, Sevilla, Alicante, Jau-

me I y Valencia), lo cual nos indica que existe una significativa concentración en la producción científica en los trabajos analizados, si además tenemos en cuenta el menor volumen de artículos del resto de universidades españolas.

A su vez, encontramos que predominan los trabajos empíricos (64,46%) sobre los conceptuales (35,54%), existiendo diferencias significativas entre universidades por tipo de trabajo ( $V$  Cramer=0,525, Sig.=0,013). En el cuadro nº 4 están en negrita las universidades con valores superiores a la media; en concreto destacan los trabajos conceptuales en la Universidad de Barcelona, con un 75% de los trabajos de este tipo y en la de Sevilla, con un 62,50%, mientras, en el otro extremo, las universidades que se caracterizan por un mayor número de trabajos empíricos son la de Valladolid, Vigo, Autónoma de Barcelona, Jaume I, Girona, Politécnica de Valencia, Complutense de Madrid, Valencia y Alicante, todas ellas con valores claramente superiores a la media de las universidades.

### 3.3. Líneas de investigación

En este apartado se desea profundizar en las líneas de investigación detectadas en el estudio de las aglomeraciones territoriales de empresas. Así, basándonos en la revisión de la literatura realizada hemos intentado, en primer lugar, identificar distintos temas, tendencias, agendas, etc., lo que nos ha permitido proponer cinco líneas de investigación (cuadro nº 5), las cuales han sido validadas mediante su envío a un panel de expertos. Estas líneas nos permitirán clasificar los 152 artículos analizados para posteriormente comparar la profundidad del estudio de las mismas y detectar la existencia de huecos o carencias que nos faciliten la propuesta de futuras líneas de investigación. La asignación de cada artículo a una línea se ha realizado por pares (interjueces).

Cuadro n.º 5. **LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN PROPUESTAS**

| Líneas de Investigación    | Descripción                                                                                |
|----------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|
| Caracterización (68)       | Caracterización de los <i>cluster</i> o distritos industriales.                            |
| Ciclo de vida (11)         | Ciclo de vida de los <i>cluster</i> o distritos industriales.                              |
| Desempeño (40)             | Desempeño: a nivel interno, comparación entre distritos, comparación con otras realidades. |
| Políticas (26)             | Políticas en el <i>cluster</i> /distrito industrial.                                       |
| Realidades Específicas (7) | Casos particulares.                                                                        |

Fuente: Elaboración propia.

Así, la primera línea de investigación identificada como Caracterización (CAR) incluye artículos sobre el estado de la cuestión. En concreto, artículos que recogen revisiones de la literatura, y exponen hipótesis sobre la existencia de las aglomeraciones territoriales de empresas, clasificaciones, taxonomías y reflexiones. Este bloque recoge artículos conceptuales que tratan de identificar este tipo de realidades, en muchos de los casos apoyados por estadística descriptiva sobre el tipo de relaciones presentes en las mismas. También se incluirían aquellos artículos teóricos que modelizan relaciones pero sin trabajos empíricos que las sustenten. En nuestra base de datos encontramos en este grupo 68 artículos que recogen las diversas perspectivas existentes para el análisis de los distritos industriales o *cluster* territoriales, donde se valida la existencia de los mismos mediante la teoría del capital social, o la teoría de recursos entre otras.

La segunda línea de investigación, Ciclo de vida (CV), incluye los trabajos que analizan la creación de *cluster* o distritos, la transformación de los mismos (relocalización de actividades, internacionalización de sus empresas, terciarización, *spin-off*, poliespecialización, etc.). El análisis ha proporcionado 11 artículos en este bloque.

En tercer lugar, Desempeño (DES) es una línea de investigación que incluye todos aquellos trabajos que tratan sobre el desempeño de las empresas pertenecientes a los distritos/*cluster*, desde un punto de vista interno (competitividad de las empresas, resultados, innovación, etc.), así como los que realizan comparaciones entre distintos distritos o *cluster*, o comparaciones con otras realidades del tipo «dentro-fuera» de los mismos (efecto distrito) o del tipo distrito industrial – gran empresa. Pertenecientes a este grupo hemos identificado 40 artículos.

La cuarta línea, Políticas (POL), incluye todos aquellos trabajos que hacen referencia a las políticas desarrolladas en los *cluster* o distritos a nivel gubernamental, así como la influencia de las distintas instituciones locales sobre los mismos. En nuestra investigación se han identificado 26 artículos en este bloque.

Por último, Realidades específicas (REA) incluye aquellos artículos que estudian casos muy particulares de aglomeraciones de empresas en una zona geográfica, como pueden ser los distritos tecnológicos o áreas metropolitanas, entre otros. En concreto, en este bloque hemos detectado 7 artículos.

Una vez analizado el contenido de las líneas de investigación, vamos a establecer su evolución a lo largo del tiempo. Atendiendo al trabajo de Esteban (1999), se cree que las líneas variarán con el tiempo, existen diferencias entre años explicadas generalmente por los temas elegidos en las tesis doctorales. En este sentido, se analizó en primer lugar, para cada una de las líneas de investigación consideradas anteriormente, su evolución temporal (cuadro nº 6). Los resultados nos indican que cerca del 45% de los trabajos analizados se corresponden con la línea de investigación CAR, seguido por un 26,32% perteneciente a la de DES, y un 17,11% a la de POL. Las líneas CV y REA son las que presentan un menor número de trabajos. Si observamos

la evolución de las líneas de investigación a través del tiempo, se puede decir que encontramos diferencias significativas entre la variable líneas y la variable tiempo (V Cramer=0,314, Sig.=0,022).

Por otra parte, Yagüe y Múgica (1993) establecen que existen diferencias en el número de citas según las líneas de investigación, explicadas por el hecho de que ciertos contenidos necesitan un mayor apoyo bibliográfico. En nuestro caso se puede observar en el cuadro nº 6 que el número medio de referencias por trabajo varía entre un mínimo de 35,73 en CV y un máximo de 40,60 referencias en los trabajos sobre CAR, siendo la media total de 39,72 citas por artículo, no siendo estadísticamente significativa la diferencia entre las líneas de investigación ( $F=0,120$ , Sig.=0,975).

**Cuadro n.º 6. EVOLUCIÓN DE LAS LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**

|          | Total | Evolución (% horizontales) |       |       |       |       |       |       |       |       |      |       | Referencias |       |
|----------|-------|----------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|------|-------|-------------|-------|
|          |       | 1998                       | 1999  | 2000  | 2001  | 2002  | 2003  | 2004  | 2005  | 2006  | 2007 | 2008  | Media       | Desv. |
| Trabajos | 152   | 13                         | 12    | 12    | 6     | 11    | 25    | 13    | 20    | 22    | 7    | 11    | 39,72       | 25,62 |
| CAR      | 68    | 7,35                       | 2,94  | 8,82  | 1,47  | 10,29 | 22,06 | 5,88  | 20,59 | 16,18 | 4,41 | 0,00  | 40,60       | 27,27 |
| CV       | 11    | 9,09                       | 27,27 | 0,00  | 9,09  | 9,09  | 18,18 | 9,09  | 9,09  | 0,00  | 0,00 | 9,09  | 35,73       | 29,90 |
| DES      | 40    | 15,00                      | 12,50 | 10,00 | 7,50  | 0,00  | 5,00  | 12,50 | 5,00  | 10,00 | 5,00 | 17,50 | 40,48       | 24,09 |
| POL      | 26    | 3,85                       | 3,85  | 7,69  | 0,00  | 3,85  | 19,23 | 7,69  | 11,54 | 26,92 | 7,69 | 7,69  | 38,08       | 24,96 |
| REA      | 7     | 0,00                       | 14,29 | 0,00  | 14,29 | 28,57 | 14,29 | 14,29 | 0,00  | 0,00  | 0,00 | 14,29 | 39,29       | 17,64 |

Fuente: Elaboración propia.

Otro aspecto para analizar es si existe una especialización de la investigación, de forma que existan universidades que destaquen por tener trabajos en determinadas líneas. En el cuadro nº 7 se expone la relación entre las líneas de investigación obtenidas y las universidades, habiéndose remarcado aquellos valores que están por encima de la media. Del análisis estadístico de los datos se desprende que hay una asociación entre las dos variables, por lo que se pueden detectar líneas de investigación específicas para cada universidad (V Cramer=0,440, Sig.=0,086). Así, podemos observar cómo la Universidad de Barcelona, Politécnica de Valencia, Autónoma de Barcelona, Deusto, País Vasco y Sevilla destacan por centrarse en la línea de investigación CAR. Por otra parte, la Universidad Jaume I presenta una mayor concentración de trabajos en la línea DES, mientras que la Complutense de Madrid destaca por sus trabajos en la línea de investigación POL.

**Cuadro n.º 7. LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN POR UNIVERSIDAD**  
(en % horizontales)

|       |                                    |       |        | Líneas de Investigación <sup>(a)</sup> |              |              |              |              |
|-------|------------------------------------|-------|--------|----------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Art.  | UNIVERSIDAD                        | TOTAL | %      | CAR                                    | CV           | DES          | POL          | REA          |
| 1-3   | Universidades*                     | 22    | 13,25  | 45,45                                  | 0,00         | <b>40,91</b> | 4,55         | <b>9,09</b>  |
| 4-6   | U. Barcelona                       | 4     | 2,41   | <b>100,00</b>                          | 0,00         | 0,00         | 0,00         | 0,00         |
|       | U. Girona                          | 4     | 2,41   | <b>50,00</b>                           | 0,00         | <b>50,00</b> | 0,00         | 0,00         |
|       | U. P. de Valencia                  | 4     | 2,41   | <b>75,00</b>                           | <b>25,00</b> | 0,00         | 0,00         | 0,00         |
|       | U. Valladolid                      | 4     | 2,41   | 33,33                                  | 0,00         | <b>33,33</b> | 0,00         | <b>33,33</b> |
|       | U. Vigo                            | 5     | 3,01   | 33,33                                  | 0,00         | <b>33,33</b> | <b>16,67</b> | <b>16,67</b> |
|       | U. Aut. Barcelona                  | 6     | 3,61   | <b>62,50</b>                           | 0,00         | 12,50        | <b>25,00</b> | 0,00         |
| +6    | U. Compl. Madrid                   | 8     | 4,82   | 12,50                                  | <b>12,50</b> | 12,50        | <b>50,00</b> | <b>12,50</b> |
|       | U. Deusto                          | 8     | 4,82   | <b>62,50</b>                           | 0,00         | 12,50        | 12,50        | <b>12,50</b> |
|       | U. País Vasco                      | 8     | 4,82   | <b>75,00</b>                           | 0,00         | 12,50        | 12,50        | 0,00         |
|       | U. Sevilla                         | 8     | 4,82   | <b>60,00</b>                           | <b>20,00</b> | 0,00         | 0,00         | <b>20,00</b> |
|       | U. Alacant                         | 9     | 5,42   | 22,22                                  | <b>33,33</b> | 11,11        | <b>33,33</b> | 0,00         |
|       | U. Jaume I                         | 10    | 6,02   | 10,00                                  | <b>10,00</b> | <b>80,00</b> | 0,00         | 0,00         |
|       | U. Valencia                        | 19    | 11,45  | 31,58                                  | 5,26         | <b>36,84</b> | <b>15,79</b> | <b>10,53</b> |
|       | U. Internacionales / instituciones | 47    | 28,31  | <b>53,19</b>                           | 6,38         | 21,28        | <b>19,15</b> | 0,00         |
| TOTAL |                                    | 166   | 100,00 | 43,98                                  | 7,23         | 28,31        | 15,66        | 4,82         |

\* U. Almería, U. Aut. Madrid, U. Burgos, U. Córdoba, U. Huelva, U. Illes Balears, U. Navarra, UOC, UCLM, U. Lleida, U. Málaga, U. Santiago, U. Salamanca, U. Zaragoza.

<sup>(a)</sup> En negrita aquellos valores superiores a la media.

Fuente: Elaboración propia.

### ***Método y características de las líneas de investigación***

El último punto de vista a considerar hace referencia a la metodología de los trabajos, aspecto que también ha recibido atención previa en las áreas de Economía y Geografía. Esteban (1999) detectó la existencia de una relación entre las líneas de investigación de los trabajos y los métodos utilizados a través de aspectos principales como: tipo de trabajo, fuentes de información, tipo de información, objetivo de la

investigación, ámbito temporal y geográfico, tipo de investigación, técnicas estadísticas y sector de actividad. Siguiendo dicho trabajo, a continuación se detallan los aspectos metodológicos de los trabajos incluidos en el estudio. Se realiza un análisis agregado (Economía y Geografía) según la línea de investigación (cuadro nº 8).

**Cuadro n.º 8. MÉTODO DE LOS TRABAJOS POR LÍNEAS DE INVESTIGACIÓN**  
(en % horizontales)

| Total <sup>(a)</sup>       |       | Líneas de investigación |        |       |       |       |
|----------------------------|-------|-------------------------|--------|-------|-------|-------|
|                            |       | CAR                     | CV     | DES   | POL   | REA   |
| • Tipo de trabajo**        | 152   | 68                      | 11     | 40    | 26    | 7     |
| Conceptual                 | 37,50 | 51,47                   | 9,09   | 12,50 | 53,85 | 28,57 |
| Empírico                   | 62,50 | 48,53                   | 90,91  | 87,50 | 46,15 | 71,43 |
| • Fuentes de información** | 95    | 33                      | 10     | 35    | 12    | 5     |
| Primarias                  | 13,68 | 9,09                    | 10,00  | 17,14 | 8,33  | 40,00 |
| Secundarias                | 53,68 | 54,55                   | 60,00  | 40,00 | 91,67 | 40,00 |
| Ambas                      | 32,63 | 36,36                   | 30,00  | 42,86 | 0,00  | 20,00 |
| • Tipo de Información*     | 95    | 33                      | 10     | 35    | 12    | 5     |
| Cualitativa                | 29,47 | 45,45                   | 0,00   | 22,86 | 33,33 | 20,00 |
| Cuantitativa               | 26,32 | 18,18                   | 40,00  | 31,43 | 16,67 | 40,00 |
| Ambas                      | 44,21 | 36,36                   | 60,00  | 45,71 | 50,00 | 40,00 |
| • Objetivo**               | 95    | 33                      | 10     | 35    | 12    | 5     |
| Descriptivo                | 50,53 | 60,61                   | 60,00  | 34,29 | 58,33 | 60,00 |
| Explicativo-predictivo     | 49,47 | 39,39                   | 40,00  | 65,71 | 41,67 | 40,00 |
| • Ámbito temporal**        | 95    | 33                      | 10     | 35    | 12    | 5     |
| Longitudinal               | 43,16 | 30,30                   | 90,00  | 37,14 | 50,00 | 60,00 |
| Transversal                | 56,84 | 69,70                   | 10,00  | 62,86 | 50,00 | 40,00 |
| • Ámbito geográfico**      | 95    | 33                      | 10     | 35    | 12    | 5     |
| Local                      | 82,11 | 78,79                   | 100,00 | 80,00 | 83,33 | 80,00 |
| Nacional                   | 15,79 | 18,18                   | 0,00   | 17,14 | 16,67 | 20,00 |
| Internacional              | 2,11  | 3,03                    | 0,00   | 2,86  | 0,00  | 0,00  |
| • Tipo de investigación*   | 188   | 81                      | 13     | 57    | 29    | 8     |
| Encuestas                  | 13,83 | 9,88                    | 23,08  | 24,56 | 0,00  | 12,50 |
| Entrevistas                | 17,55 | 18,52                   | 15,38  | 22,81 | 6,90  | 12,50 |
| Casos                      | 3,19  | 2,47                    | 0,00   | 1,75  | 6,90  | 12,50 |

.../...

|                              |       |       |       |       |       |       |
|------------------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Modelos Matemáticos          | 1,06  | 1,23  | 0,00  | 1,75  | 0,00  | 0,00  |
| Modelos Conceptuales         | 4,79  | 6,17  | 7,69  | 3,51  | 0,00  | 12,50 |
| Archivo                      | 31,38 | 23,46 | 53,85 | 36,84 | 34,48 | 25,00 |
| Observación                  | 1,60  | 1,23  | 0,00  | 1,75  | 3,45  | 0,00  |
| Revisión literatura          | 26,06 | 35,80 | 0,00  | 7,02  | 48,28 | 25,00 |
| Análisis de contenido        | 0,53  | 1,23  | 0,00  | 0,00  | 0,00  | 0,00  |
| • Técnicas estadísticas (NS) | 114   | 38    | 11    | 50    | 10    | 5     |
| Estadística descriptiva      | 61,40 | 65,79 | 81,82 | 48,00 | 90,00 | 60,00 |
| Pruebas independencia        | 1,75  | 0,00  | 0,00  | 4,00  | 0,00  | 0,00  |
| Regresión                    | 7,02  | 5,26  | 9,09  | 8,00  | 0,00  | 20,00 |
| Log_lineal                   | 2,63  | 7,89  | 0,00  | 0,00  | 0,00  | 0,00  |
| Factorial                    | 6,14  | 2,63  | 0,00  | 12,00 | 0,00  | 0,00  |
| Cluster                      | 2,63  | 2,63  | 0,00  | 4,00  | 0,00  | 0,00  |
| Correlaciones                | 4,39  | 7,89  | 9,09  | 2,00  | 0,00  | 0,00  |
| Fiabilidad Escalas           | 1,75  | 0,00  | 0,00  | 4,00  | 0,00  | 0,00  |
| Ecuac. Estructurales         | 2,63  | 2,63  | 0,00  | 4,00  | 0,00  | 0,00  |
| Anova/Manova                 | 4,39  | 0,00  | 0,00  | 8,00  | 0,00  | 20,00 |
| • Sector*                    | 106   | 42    | 8     | 39    | 11    | 6     |
| Alimentación/ bebida         | 7,55  | 14,29 | 0,00  | 5,13  | 0,00  | 0,00  |
| Cerámica                     | 15,09 | 4,76  | 25,00 | 30,77 | 0,00  | 0,00  |
| Textil/calzado               | 8,49  | 4,76  | 25,00 | 10,26 | 9,09  | 0,00  |
| Mueble                       | 10,38 | 11,90 | 0,00  | 15,38 | 0,00  | 0,00  |
| Químico/farmacéutico         | 0,94  | 2,38  | 0,00  | 0,00  | 0,00  | 0,00  |
| Otros                        | 11,32 | 11,90 | 12,50 | 12,82 | 9,09  | 0,00  |
| Varios                       | 33,96 | 33,33 | 37,50 | 20,51 | 81,82 | 33,33 |
| Tecnología                   | 6,60  | 7,14  | 0,00  | 5,13  | 0,00  | 33,33 |
| Automóvil                    | 1,89  | 2,38  | 0,00  | 0,00  | 0,00  | 16,67 |
| Operadores logísticos        | 0,94  | 2,38  | 0,00  | 0,00  | 0,00  | 0,00  |
| Juguetes                     | 2,83  | 4,76  | 0,00  | 0,00  | 0,00  | 16,67 |

(a) Hemos detectado en total 95 artículos empíricos. Los totales exceden en algunos casos esta cantidad porque las variables a estudio (en concreto, tipo de investigación, técnicas estadísticas y sector) permiten opciones simultáneas.

\*  $p < .05$ ; \*\*  $p < .01$ ; NS (no existen diferencias estadísticamente significativas).

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados nos muestran, en primer lugar, que existe una asociación significativa entre líneas de investigación y Tipo de trabajo. Así predominan los trabajos empíricos, en las líneas CV, DES y REA, mientras que en las de CAR y POL están más compensados los dos tipos de trabajos, aunque predominan los conceptuales como era de esperar.

En segundo lugar, podemos señalar que de forma global en los trabajos de naturaleza empírica es más frecuente el uso de Fuentes de información secundaria (53,68%) que primaria (13,68%), mientras que un 32,63% de los trabajos analizados utilizan los dos tipos de fuentes de información de manera simultánea. Por otra parte, existen diferencias estadísticamente significativas en función de la línea de investigación seguida en los trabajos, predominando en todas ellas las fuentes secundarias, a excepción de la línea REA, en la que el porcentaje está igualado entre los dos tipos de fuentes de información.

En cuanto al Carácter cuantitativo o cualitativo de la información utilizada en los trabajos empíricos, se detecta un cierto equilibrio a nivel global entre la utilización de la información cualitativa (29,47%) y la cuantitativa (26,32%), mientras que un 44,21% de los trabajos utilizan los dos tipos de información, existiendo diferencias estadísticamente significativas entre líneas de investigación. En concreto puede observarse que en los trabajos asociados a las líneas CAR y POL predomina el uso de información cualitativa tal y como cabía esperar, mientras que en el resto de líneas predomina el uso de información cuantitativa.

En relación al Tipo de objetivo de la investigación en los trabajos de naturaleza empírica (descriptivo o explicativo-predictivo), se observa en el Cuadro 8 un porcentaje equilibrado a nivel global entre trabajos explicativos-predictivos (49,47%) y descriptivos (50,53%). Existen diferencias estadísticamente significativas en función de las líneas de investigación. En concreto, en todas las líneas de investigación se observa un predominio de los trabajos con objetivos descriptivos, a excepción de la línea de DES, en la cual predominan los trabajos con objetivos explicativos-predictivos.

El Ámbito temporal en el que se desarrollan las investigaciones es, en términos generales, sobre todo transversal (56,84% de los trabajos) existiendo menos investigaciones que adopten una perspectiva longitudinal o dinámica (43,16%). Respecto a las líneas se aprecian diferencias significativas, predominando los trabajos transversales en las de CAR y DES, mientras que en las de CV y REA predominan los trabajos longitudinales, estando equilibrados en las de POL.

Por lo que respecta al Ámbito geográfico en el que se desarrollan las investigaciones es principalmente local (82,11%), frente a un 15,79% nacional, y sólo un 2,11% internacional. El análisis por líneas de investigación indica que se dan diferencias significativas entre ellas.

Por lo que respecta al Tipo de investigación realizado en los trabajos analizados destacan sobre las demás la utilización de análisis de archivo (31,38%) y la revisión de la literatura (26,06%), mientras que las encuestas y las entrevistas suponen un 31,38% de los trabajos analizados. Asimismo, según se indica en el cuadro nº 8, se detectan diferencias estadísticamente significativas en función de las líneas de investigación seguidas en los trabajos.

Respecto a las Técnicas estadísticas, las más empleadas para el conjunto de los trabajos analizados son: estadística descriptiva (61,40%) y el análisis de regresión (7,02%), mientras que las menos utilizadas son la logarítmica lineal, las pruebas de independencia, el análisis *cluster*, la fiabilidad de escalas, y las ecuaciones estructurales, todas ellas con unos porcentajes inferiores o iguales al 3%. Los resultados nos indican que no se observa una asociación significativa entre las líneas de investigación y las técnicas estadísticas empleadas, como puede observarse en el cuadro nº 8.

Por último, el análisis de los Sectores de actividad utilizados en los trabajos nos muestra que existe una amplia variedad de sectores estudiados, no existiendo una especialización sectorial fuerte. Aquellos sectores con un mayor porcentaje de trabajos asociados son los de la cerámica (15,09%), el mueble (10,38%) y el textil (8,49%); se detecta una asociación estadísticamente significativa entre las líneas de investigación y esta variable.

### ***Líneas de investigación: gaps identificados***

Los principales *gaps* provienen del análisis realizado de los trabajos a nivel agregado en función de las líneas de investigación propuestas<sup>4</sup>.

Así, los trabajos de la línea CAR son los más numerosos, incluyendo descripciones y clasificaciones sobre aglomeraciones territoriales de empresas basadas en teorías ya existentes. Sin embargo, de esta primera línea se desprende la falta de trabajos que propongan agendas de investigación o tendencias en el estudio de las relaciones horizontales entre empresas pertenecientes a distritos industriales o *cluster* territoriales, al estilo de otro tipo de estudios, como por ejemplo las relaciones verticales entre empresas, existentes tanto en trabajos nacionales como internacionales.

De la segunda línea, CV, extraemos trabajos que recogen diversos factores internos y externos que influyen sobre la creación y desarrollo de los *cluster* y distritos industriales, pero casi siempre a nivel empírico, analizando casos particulares. Así, se detecta la falta de trabajos conceptuales que propongan un modelo general sobre estos ciclos de vida, que permitan generalizar sobre cómo los factores pueden influir en el desarrollo y funcionamiento de estas aglomeraciones.

<sup>4</sup> Ante las interrelaciones existentes entre algunas de las líneas propuestas, los *gaps* identificados en alguna de ellas podrían aplicarse también a alguna otra.

Respecto a la tercera línea, DES se han estudiado principalmente desde un punto de vista empírico, echándose de menos también un mayor número de propuestas teóricas que propongan modelos de desempeño de los *cluster* o distritos industriales, con objetivos más explicativos-predictivos que descriptivos.

El cuarto bloque, POL, incluye los trabajos que hacen referencia a las políticas desarrolladas en los clusters o distritos a nivel gubernamental, así como la influencia de las distintas instituciones locales sobre los mismos. Se detecta un gran peso de los trabajos cualitativos sobre los cuantitativos, pudiendo ser interesante ahondar en la investigación de los efectos cuantitativos de las políticas aplicadas en las aglomeraciones territoriales de empresas.

Por último, el campo REA es el que más oportunidades puede proporcionar para el crecimiento de la investigación, ya que hasta ahora, por su novedad, se ha realizado un gran esfuerzo por describir casos particulares, pero no existen propuestas de modelos de funcionamiento o explicativos de estas realidades.

### 3.4. **Análisis comparativo entre las publicaciones de Geografía y Economía**

Una vez realizado el análisis general de los artículos y el de las principales características de la investigación en conjunto, nos centraremos en realizar un análisis comparativo de los métodos utilizados en los trabajos publicados en las revistas de Geografía y los publicados en las revistas de Economía al objeto de detectar posibles similitudes y diferencias entre ambas áreas. Al igual que en el apartado anterior, se analizarán las siguientes variables: tipo de trabajo, fuentes de información, tipo de información, objetivo de la investigación, ámbito temporal y geográfico, tipo de investigación, técnicas estadísticas y sector de actividad (cuadro nº 9).

Los resultados nos muestran, en primer lugar respecto al Tipo de trabajo, que predominan los trabajos empíricos tanto en Geografía como en Economía, pero en Geografía la proporción es muy superior (71,01%, frente al 55,42% en Economía), siendo las diferencias estadísticamente significativas entre las dos áreas. Una posible explicación la podríamos encontrar en que en el área de Geografía se empezó a estudiar el tema de las aglomeraciones territoriales de empresas anteriormente al área de Economía, existiendo una base teórica más consolidada, por lo que los trabajos actuales son mayoritariamente empíricos.

En segundo lugar, respecto a las Fuentes de información utilizadas podemos señalar que existen diferencias estadísticamente significativas en función del área considerada, predominando en las dos las fuentes secundarias.

En cuanto al Carácter cuantitativo o cualitativo de la información utilizada en los trabajos empíricos, existen diferencias estadísticamente significativas entre las dos áreas analizadas. En concreto puede observarse que en los trabajos de Geografía predomina el uso de información cualitativa, mientras que en los de Economía predomina el uso de información cuantitativa.

**Cuadro n.º 9. MÉTODO DE LOS TRABAJOS POR ÁREAS.** (en % vertical)

| Total <sup>(a)</sup>                    |       | GEOGRAFÍA | ECONOMÍA |
|-----------------------------------------|-------|-----------|----------|
| • Tipo de trabajo*                      | 152   | 69        | 83       |
| Conceptual                              | 37,50 | 28,99     | 44,58    |
| Empírico                                | 62,50 | 71,01     | 55,42    |
| • Fuentes de información*               | 95    | 49        | 46       |
| Primarias                               | 13,68 | 8,16      | 19,57    |
| Secundarias                             | 53,68 | 51,02     | 56,52    |
| Ambas                                   | 32,63 | 40,82     | 23,91    |
| • Tipo de información**                 | 95    | 49        | 46       |
| Cualitativa                             | 29,47 | 44,90     | 13,04    |
| Cuantitativa                            | 26,32 | 24,49     | 28,26    |
| Ambas                                   | 44,21 | 30,61     | 58,70    |
| • Objetivo (*)                          | 95    | 49        | 46       |
| Descriptivo                             | 50,53 | 59,18     | 41,30    |
| Explicativo-predictivo                  | 49,47 | 40,82     | 58,70    |
| • Ámbito temporal (NS)                  | 95    | 49        | 46       |
| Longitudinal                            | 43,16 | 36,73     | 50,00    |
| Transversal                             | 56,84 | 63,27     | 50,00    |
| • Ámbito geográfico*                    | 95    | 49        | 46       |
| Local                                   | 82,11 | 91,84     | 71,74    |
| Nacional                                | 15,79 | 6,12      | 26,09    |
| Internacional                           | 2,11  | 2,04      | 2,17     |
| • Tipo de investigación <sup>(b)*</sup> | 188   | 91        | 97       |
| Encuestas                               | 13,83 | 16,48     | 11,34    |
| Entrevistas                             | 17,55 | 23,08     | 12,37    |
| Casos                                   | 3,19  | 1,10      | 5,15     |
| Modelos Conceptuales                    | 4,79  | 1,10      | 8,25     |
| Archivo                                 | 31,38 | 35,16     | 27,84    |
| Revisión literatura                     | 26,06 | 20,88     | 30,93    |
| Otros                                   | 3,19  | 2,20      | 4,12     |

.../...

| Total <sup>(a)</sup>                    |       | GEOGRAFÍA | ECONOMÍA |
|-----------------------------------------|-------|-----------|----------|
| • Técnicas estadísticas <sup>(b)*</sup> | 114   | 45        | 69       |
| Estadística descriptiva                 | 61,40 | 84,44     | 46,38    |
| Regresión                               | 7,02  | 2,22      | 10,14    |
| Log_lineal                              | 2,63  | 4,44      | 1,45     |
| Factorial                               | 6,14  | 2,22      | 8,70     |
| Cluster                                 | 2,63  | 2,22      | 2,90     |
| Correlaciones                           | 4,39  | 2,22      | 5,80     |
| Ecuac. Estructurales                    | 2,63  | 0,00      | 4,35     |
| Anova/Manova                            | 4,39  | 0,00      | 7,25     |
| Otras técnicas                          | 8,76  | 2,22      | 13,05    |
| • Sector <sup>(b)</sup> (NS)            | 106   | 54        | 52       |
| Alimentación/ bebida                    | 7,69  | 9,43      | 5,88     |
| Cerámica                                | 15,38 | 11,32     | 19,61    |
| Textil/calzado                          | 8,65  | 9,43      | 7,84     |
| Mueble                                  | 10,58 | 13,21     | 7,84     |
| Juguetes                                | 3,85  | 5,66      | 1,96     |
| Tecnología                              | 6,73  | 3,77      | 9,80     |
| Automóvil                               | 0,96  | 0,00      | 1,96     |
| Otros                                   | 11,54 | 16,98     | 5,88     |
| Varios                                  | 34,62 | 30,19     | 39,22    |
| • Líneas de investigación**             | 152   | 69        | 83       |
| Caracterización                         | 44,74 | 56,52     | 34,94    |
| Ciclo de vida                           | 7,24  | 8,70      | 6,02     |
| Desempeño                               | 26,32 | 24,64     | 27,71    |
| Políticas                               | 17,11 | 10,14     | 22,89    |
| Realidades                              | 4,61  | 0,00      | 8,43     |

<sup>(a)</sup> Hemos detectado en total 95 artículos empíricos. Los totales exceden en algunos casos esta cantidad porque las variables a estudio (en concreto, tipo de investigación, técnicas estadísticas y sector) permiten opciones simultáneas.

<sup>(b)</sup> En estas variables se han agrupado aquellos conceptos que presentaban valores muy bajos en el concepto «otros».

\*  $p < .05$ ; \*\*  $p < .01$ ; NS (no existen diferencias estadísticamente significativas).

Fuente: Elaboración propia.

En relación al Tipo de objetivo de la investigación en los trabajos de naturaleza empírica (descriptivo o explicativo-predictivo), se observa en el cuadro nº 9 diferencias significativas por áreas. Así, en la de Geografía predominan los trabajos con objetivos descriptivos, mientras que en los de Economía predominan aquellos con objetivos explicativos-predictivos.

El análisis del Ámbito temporal en el que se desarrollan las investigaciones nos muestra que no existen diferencias estadísticamente significativas entre las dos áreas consideradas. Podemos observar que en la de Geografía predominan los trabajos con un ámbito temporal transversal, mientras que en Economía se da un equilibrio entre los trabajos transversales y los longitudinales.

Por lo que respecta al Ámbito geográfico el análisis por áreas indica que aunque en ambas predominan los trabajos de ámbito local frente al ámbito nacional o internacional, en Geografía el porcentaje de trabajos de ámbito local es muy superior a los de Economía (91,84% frente al 71,74%), mientras que el ámbito nacional en Economía es muy superior a los trabajos de Geografía, existiendo por lo tanto, diferencias significativas entre las dos áreas.

Por lo que respecta al Tipo de investigación realizado en los trabajos analizados según se indica en el cuadro nº 9, se detectan diferencias estadísticamente significativas entre áreas y tipo de investigación seguida en los trabajos. En concreto en el área de Geografía predominan los trabajos de archivo (35,16%), seguidos de las entrevistas (23,08%), las revisiones de literatura (20,88%) y las encuestas (16,48%), mientras que en Economía lo que predominan son las revisiones de la literatura (30,93%), seguidas de los análisis de archivo (27,84%), las entrevistas (12,37%) y las encuestas (11,34%).

Respecto a las Técnicas estadísticas, los resultados nos indican que existen diferencias significativas entre las dos áreas estudiadas y las técnicas estadísticas empleadas. Es especialmente destacable el uso extendido de la estadística descriptiva en los trabajos de Geografía, siendo ésta la técnica más utilizada (en un 84,44% de los trabajos), mientras en Economía existe un mayor uso de otras técnicas más sofisticadas como las regresiones, Anova, análisis factoriales, análisis de correlaciones, etc.

En cuanto al análisis de los Sectores de actividad utilizados en los trabajos, no se detecta una asociación estadísticamente significativa entre las dos áreas de investigación y los sectores.

Por último, el análisis de las Líneas de investigación nos indica que existen diferencias estadísticamente significativas entre las dos áreas analizadas, pudiéndose observar que en el área de Geografía los trabajos están muy concentrados en las líneas de CAR (56,52%) y DES (24,64%), mientras que los de Economía se reparten en mayor medida entre CAR (34,94%), DES (27,71%) y POL (22,89%).

Como resumen final de este análisis comparativo podemos destacar el hecho de que en el área de Geografía la mayoría de trabajos analizan y describen casos particulares, utilizando mayoritariamente información cualitativa, así como técnicas de estadística descriptiva, todo lo cual es totalmente coherente con el mayor carácter exploratorio o descriptivo de los trabajos en esta área. Por otro lado, en el área de Economía se ha obtenido un mayor porcentaje de trabajos que pretenden identificar las relaciones existentes entre variables concretas, para lo cual utilizan información cuantitativa y técnicas estadísticas más sofisticadas, teniendo un objetivo mayoritariamente explicativo o predictivo sobre estas realidades empresariales.

#### 4. CONCLUSIONES

Tras la revisión de una base de datos de 152 trabajos procedentes de 32 publicaciones científicas sobre aglomeraciones territoriales de empresas en el periodo 1998-2008 y el análisis exhaustivo de información extraída de cada trabajo, podemos destacar las siguientes conclusiones acerca del estado de la investigación publicada en revistas españolas.

##### 4.1. Consideraciones sobre los trabajos analizados

Los principales hallazgos provienen del análisis de los trabajos y su carácter científico, evolución de las líneas de investigación y método empleado.

Se detecta una presencia predominante de los trabajos empíricos sobre los conceptuales en el período analizado, así como una tendencia creciente en el uso de referencias. Por otro lado, el número de técnicas estadísticas no crece a lo largo del tiempo, lo cual puede indicar que es el tipo, más que el número de técnicas, el indicador más adecuado del rigor científico de una investigación. En este sentido es importante destacar el predominio de técnicas estadísticas descriptivas en los trabajos publicados en las revistas de Geografía.

Se detecta una evolución significativa de los temas tratados a lo largo del tiempo, por lo cual se concluye que pueden existir tendencias manifiestas en las líneas de investigación consideradas. En concreto se detecta una tendencia creciente para las líneas de Caracterización y Políticas, mientras que la tendencia es decreciente para las de Ciclo de vida, Desempeño y Realidades específicas.

Existe una relación significativa entre la línea de investigación de los trabajos y las siguientes variables metodológicas: Tipo de trabajo, Fuentes de información, Tipo de información, Objetivo, Ámbito temporal, Ámbito geográfico, Tipo de investigación y Sector. Por el contrario, no existe relación significativa entre los Temas de investigación y las Técnicas estadísticas.

En cuanto a las áreas objeto de estudio (Geografía y Economía), se detecta una asociación significativa entre las mismas y las siguientes variables metodológicas: Tipo de trabajo, Fuentes de información, Tipo de información, Objetivo, Ámbito geográfico, Tipo de investigación, Técnicas estadísticas y Líneas de investigación. Por el contrario, no existe relación estadísticamente significativa entre las Áreas y el Ámbito temporal y entre éstas y el Tipo de sector.

#### 4.2. Direcciones futuras de investigación en aglomeraciones territoriales

Nuestra propuesta de investigación se divide en varios apartados:

1. La primera propuesta proviene de los *gaps* identificados, por lo que existen tópicos todavía no explorados o escasamente analizados a escala nacional.
2. La investigación sobre esta disciplina todavía está dominada en muchos casos por los métodos de investigación cuantitativos, por lo que sería interesante utilizar fuentes secundarias de forma más innovadora, así como un mayor uso de fuentes cualitativas.
3. La mayoría de los trabajos se han centrado en estudiar «qué» tipo de relaciones y estructuras se dan en las aglomeraciones territoriales de empresas. Sin embargo para alcanzar una mayor madurez sería adecuado estudiar «cómo» y «por qué» se producen estas relaciones y estructuras entre organizaciones de un mismo distrito o cluster, como proponen Sachan y Datta (2002) para el caso de investigaciones sobre relaciones verticales entre empresas.
4. La mayoría de los trabajos seleccionados se basan en el ámbito local. Las estrategias de globalización de las empresas incluyen relaciones tanto verticales como horizontales con otras empresas de cualquier parte del mundo, por lo que es una oportunidad para el estudio de cadenas y redes de mayor complejidad.

#### 4.3. Limitaciones y futuras investigaciones

No nos gustaría finalizar este trabajo sin señalar alguna de las limitaciones existentes y que darán lugar a futuras investigaciones. Así, en primer lugar, entendemos que la selección de revistas a escala nacional implica dejarse fuera del análisis autores españoles que han publicado en revistas internacionales, al mismo tiempo que implica trabajar frecuentemente con pocos datos, consecuencia natural del tamaño relativamente pequeño del colectivo estudiado. Por otra parte, también somos conscientes de que nos hemos basado en las relaciones horizontales que existen en las aglomeraciones territoriales de empresas, no analizando otro tipo de relaciones a nivel vertical que indudablemente tienen también una importancia estratégica para estas realidades empresariales.

Por todo ello, nuestro trabajo futuro iría encaminado en varias direcciones. En primer lugar, realizar un análisis de contenido a nivel internacional, con los mismos objetivos y ámbito temporal que este trabajo y que, por comparación, nos permita encontrar diferencias generalizables. En segundo lugar, completar el estudio de relaciones interorganizacionales incluyendo un análisis de contenido (nacional e internacional) de las relaciones verticales entre empresas. Finalmente, entendemos que con los datos disponibles también se podría complementar los estudios realizados con análisis orientados a obtener una caracterización de las revistas analizadas, distinguiendo a su vez entre las dos áreas analizadas, Geografía y Economía.

Así se podría analizar su perfil y su calidad a través de la posible relación entre la posición de las mismas en el IN-Recs y el tipo de trabajo, las líneas de investigación, o las universidades que publican.

Por todo ello, nos gustaría resaltar que este estudio no ha pretendido otra cosa que servir de primera investigación exploratoria para profundizar posteriormente en las relaciones verticales y horizontales entre empresas localizadas geográficamente en un mismo territorio.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AYDALOT, PH. (1986): *Milieux innovateurs en Europe*, GREMI, París.
- BECATTINI, G. (1979): «Dal settore industriale al distretto industriale. Alcune considerazioni sull'unità di indagine in economia industriale», *Revista di Economia e Politica Industriale*, 1: 7-14.
- 1987: *Il Mercato e forze locali, Il distretto industriale*, Il Mulino, Bologna.
- 1989: «Sectors and/or districts: Some remarks on the conceptual foundation of industrial economics?», en Goodman, E. y J. Bamford (ed.), *Small firms and industrial districts in Italy*, Routledge, London.
- 1990: «The marshallian industrial district as a socio-economic notion», en Pyke, F., Becattini, G. y Sengenberger, W. (ed.), *Industrial districts and local economic regeneration*, International Institute for Labor Studies, Geneva.
- 2000: «Distretualità fra industria e agricoltura», *La Questione Agraria*, 2: 9-24.
- 2001: «Del distrito industrial marshalliano a la «teoría del distrito» contemporánea. Una breve reconstrucción crítica», *Investigaciones Regionales*, 1: 9-32.
- BELLANDI, M. (1992): «The incentives to decentralized industrial creativity in local systems of small firms», *Revue d'Economie Industrielle*, 59: 99-110.
- BEST, M. (1990): *The new competition: Institutions of industrial restructuring*, Harvard University Press, Cambridge, MA.
- BRUSCO, S. (1990): «The idea of the industrial district. Its genesis», en Pyke, F., Becattini, G. y Sengenberger, W. (ed.), *Industrial districts and local economic regeneration*, International Institute for Labor Studies, Geneva.
- CARAVACA, I. (1998): «Los nuevos espacios ganadores y emergentes», *Revista EURE*, Santiago de Chile, 73: 5-30.
- CARAVACA, I., GONZÁLEZ, G. y SILVA, R. (2003): «Redes e innovación socio-institucional en sistemas productivos locales», *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 36: 103-115.
- CHAMORRO, A., MIRANDA, F.J. y RUBIO, S. (2006): «El estado de la investigación sobre marketing ecológico en España: Análisis de revistas españolas 1993-2003», *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 12, 2: 137-156.
- DEL RÍO, M.C. y MARTÍNEZ, M. (2007): «Tendencias de la investigación empírica en el ámbito de la gestión de la calidad», *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 13, 1: 91-102.
- DIGIOVANNA, S. (1996): «Industrial districts: regional economic development: A regulatory approach», *Regional Studies*, 30: 373-386.
- ENRIGHT, M.J. (1995): «Organization and coordination in geographically concentrated industries», en Lamoreaux, N. y Raff, D. (ed.), *Coordination and information: Historical perspectives on the organization of enterprise*, Chicago University Press for the NBER, Chicago.
- ESTEBAN, A. (1999): «El estado de la investigación de marketing en España», *XI Encuentro de profesores de marketing*, Valladolid: 25-38.
- GARRIDO, M.J. y GUTIÉRREZ, A.M. (1999): «El estado de la investigación en Marketing en España. Un análisis del periodo 1990-1995», *Actas de ACEDE*, 1999, Burgos, cd-rom.
- GUERRAS, L.A., RUIZ, F.J. y RUIZ, A. (1999): «El estado actual de la investigación empírica sobre economía de la empresa: análisis de las publicaciones españolas», *Papeles de economía Española*, 78-79: 302-317.
- HERRANZ LONCÁN, A. (2005): «Una aproximación a la evolución de la ciencia regional en España a través de las contribuciones a las

- reuniones de estudios regionales (1973-2004)», *Investigaciones Regionales*, 7: 219-242.
- IACOPONI, L., BRUNORI, G., ROVAL, M. (1995): *Endogenous development and the agroindustrial district*. En: Van der Ploeg, J.D., van Dijk, G. (Eds.), *The Handbook of Economic Sociology*. Sage, Londres.
- ISARD, W. (1951): «Distance inputs and space economy: The local equilibrium of the firm», En *Spatial Economic Theory* (1970). The Free Press, New York.
- LAZERSON, M.H. (1995): «A New Phoenix?: Modern putting-out in Modena knitwear industry», *Administrative Science Quarterly*, 40: 34-59.
- LUNDEVALL, B.A. (1992): *National systems of innovation*, Pinter, London.
- MALASSIS, L. (1979): *Economie agro-alimentaire. Economie de la consommation et de la production agro-alimentaire*. Cujas, París.
- MALMBERG, A. y MASKELL, P. (2002): «The elusive concept of localization economies: towards a knowledge-based theory of spatial clustering», *Environment and Planning A*, 34: 429-449.
- MARSHALL, A. (1925): *Principles of economics* (1890), 8th ed. Macmillan, London.
- MEDINA, J.A. y RAMOS, A.R. (2004): «La investigación sobre las relaciones interorganizativas: un estudio bibliométrico», *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 10, 1: 49-163.
- MÉNDEZ, R. (1990): «Procesos de industrialización en áreas rurales», en Molinero, F. (ed.), *Los espacios rurales. Agricultura y sociedad en el mundo*, Ariel, 348-370, Barcelona.
- 1994: «Sistemas productivos locales y políticas de desarrollo rural», *Revista de Estudios Regionales*, 39: 93-112.
- MÉNDEZ, R. y SÁNCHEZ MORAL, S. (2003): «La industria española en el cambio de siglo. Expansión», *Atlas de las Autonomías*, 9: 64-73.
- MISTRI, M. (1999): «Industrial districts and local governance in the Italian experience», *Human Systems Management*, 18: 131-139.
- NORTH, D. (1998): «Rural Industrialization», en Ilbery, B. (ed.), *The Geography of Rural Challenge*, Longman, 161-188, Londres.
- PÉREZ, M.P. y GARRIDO, M.J. (2006): «La investigación en Recursos Humanos en España (1999-2004)», *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 12, 2: 119-136.
- PIORE, M.J. y SABEL, C. (1984): *The Second Divide. Possibilities for prosperity*, Basic Books Inc, New York.
- PORTER, M.E. (1990): *The competitive advantage of the nations*, The Free Press, New York.
- POUDER, R. y ST. JOHN, C.H. (1996): «Hot spots and blind spots: Geographic clusters of firms and innovation», *Academy of Management Review*, 21, 4: 1192-1225.
- RAMA, R. y CALATRAVA, A. (2002): «Nuevos procesos de industrialización rural en España», en Gómez Benito, C. y González, J.J. (ed.), *Agricultura y sociedad en el cambio de siglo*, MacGraw Hill, 477-503, Madrid.
- SACHAN, A. y DATTA, S. (2002): «Review of supply chain management and logistics research», *International Journal of Physical Distribution & Logistics Management*, 35, 9: 664-705.
- SALOM, J. (2003): «Innovación y actores locales en los nuevos espacios económicos: un estado de la cuestión», *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 36: 7-30.
- 2005: «El papel de los geógrafos en el desarrollo de los estudios regionales en España», *Investigaciones Regionales*, 6: 153-174.
- SALOM, J. y ALBERTOS, J.M. (2006): «Redes institucionales y servicios a las empresas en el clúster cerámico de Castellón», *Scripta Nova. Revista Electrónica de Geografía y Ciencias Sociales*, 10, 213.
- SÁNCHEZ MORAL, S. (2004): «La fertilidad industrial de las regiones españolas», *Análisis Local*, 56: 39-56.
- SAXENIAN, A. (1994): *Regional advantage: Culture and competition in Silicon Valley and Route 128*, Harvard University Press, Cambridge, MA.
- SCOTT, A.J. (1988): *New Industrial Spaces*, Pion, London.
- SFORZI, F. (1990): «The quantitative importance of Marshallian industrial districts in the Italian economy», en Pyke, F., Becattini, G. y Sengenberger, W. (ed.), *Industrial dis-*

- tricts and local economic regeneration*, International Institute for Labor Studies, Geneva.
- STORPER, M. (1992): «The limits of the globalization: Technology districts and international trade», *Economic Geography*, 68: 60-93.
- STORPER, M. y HARRISON, B. (1991): «Flexibility, hierarchy and regional development: the changing structure of industrial production systems and their forms of governance in 1990's», *Research Policy*, 20: 407-422.
- TRIGLIA, C. (1990): «Work and politics in the third Italy's industrial districts and interfirm co-operation in Italy», en Pyke F., Becattini, G. y Sengenberger, W. (ed.), *Industrial districts and local economic regeneration*, International Institute for Labor Studies, Geneva.
- TRULLEN J. (1993): «I distretti industriali. Una opzione per lo sviluppo spagnolo degli anni novanta», *Il Ponte*, 7.
- VALLET, T., FRASQUET, M., GIL, I. y MOLLÁ A. (2002): «La producción científica sobre distribución comercial en España, 1990-2000», *ICE*, 803: 119-139.
- VÁZQUEZ, A. (1988): *Desarrollo local. Una estrategia de creación de empleo*, Pirámide, Madrid.
- 1999: *Desarrollo, redes e innovación. Lecciones sobre desarrollo endógeno*, Pirámide, Madrid.
- WEBER, A. (1929): *Theory of location of industries*, Rusell and Rusell, New York.
- YAGÜE, M.J. y MÚGICA, J.M. (1993): «La evaluación del desarrollo del conocimiento en marketing: el análisis de citas», *V Encuentro de profesores de marketing*, Sevilla: 573-583.

---

# *Measuring Progress of italian regions: a Classical Approach*

El objetivo del trabajo es establecer una definición de «progreso» de las regiones italianas basado en la relación entre desarrollo económico y civil, de acuerdo a los autores clásicos, en el contexto. En primer lugar, se analiza la interacción entre el desarrollo económico y el civil, en una causalidad circular acumulativa, y las relaciones de distinta naturaleza entre estos dos elementos. En segundo lugar, proponemos un índice sintético de progreso, que tiene en cuenta los diferentes componentes de desarrollo (social, civil, económico y ecológico) así como el concepto de «sostenibilidad social» del progreso, definido como la mejora equilibrada de todas sus dimensiones.

*Lanaren helburua «aurrerapenaren» definizioa ezartzea da, garapen ekonomikoaren eta garapen zibilaren arteko harremanean oinarrituta, egile klasikoekin bat etorruta, Italiako eskualdeen tes-tuinguruan. Lehenengo eta behin garapen ekonomikoaren eta garapen zibilaren arteko inte-rakzioa aztertzen da, kausalitate zirkular metatu batean, bai eta elementu bi horien arteko kau-salitate-harreman ezberdinak ere. Bigarrenik, aurrerapenaren indize sintetiko bat proposatu dugu. Horrek, alde batetik, garapenaren osagai ezberdinak hartzen ditu kontuan (soziala, zibila, ekonomikoa eta ekologikoa) eta, beste alde batetik, aurrerapenaren «iraunkortasun soziala» hartzen du oinarri, dimentsio guztien hobekuntza orekatua dela.*

The purpose of the paper is to apply a definition of ‘progress’ of the Italian regions based on the relationship between economic development and civil development, according to the lesson of Classical authors. Firstly, we analyze the interaction between economic development and civil development, in a circular cumulative causation, and the relationship of different nature between these two elements. Secondly, we propose a synthetic index of progress, which on the one hand takes account of the different components of development (social, civil, economic and ecological) and on the other hand is based on the concept of ‘social sustainability’ of progress, defined as balanced improvement of all its dimensions.

## Index

---

1. Introduction
2. Cumulative cycle between economic and civil development
3. Empirical analysis
4. Conclusions

References

Appendix

Keywords: Economic development, civil development, local development, social sustainability.

JEL classification: A10, A11, A13.

---

«It is vital for an economist to be acutely conscious of the responsibility to study society for the sake of promoting progress —the economic, social and civil progress of society— and not for personal interest».

*(Paolo Sylos Labini)*

## 1. INTRODUCTION

Progress is a multidimensional concept, thus deciding on some universal criteria for measuring it is indeed difficult. However, it is impossible to deny that progress is the logical consequence of generalised human activities, thus until and unless we recognise the central role of human beings in making progress in a society we cannot reach a proper understanding of its nature.

The purpose of our paper is to propose a definition of ‘progress’ based on the relationship between economic development and civil development, according to the lesson of Classical authors, especially Adam Smith.

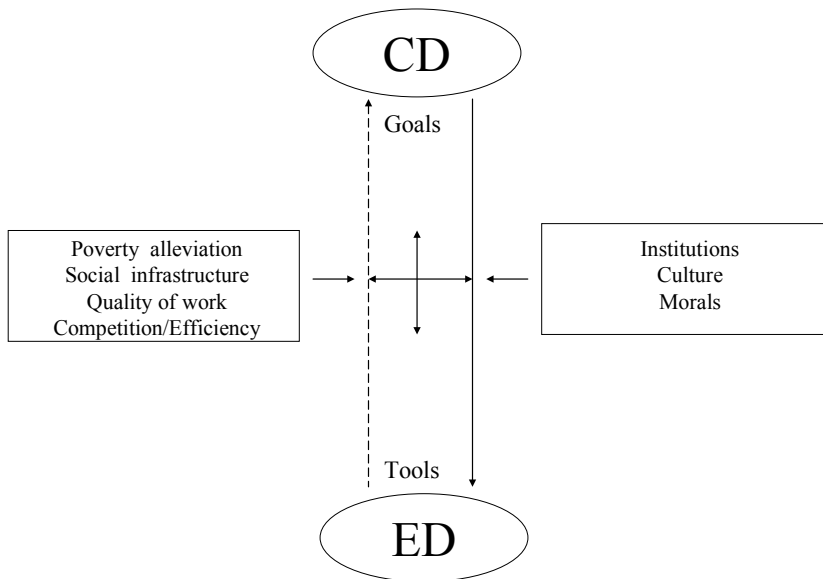
In referring to Smith we take into account his three fundamental works, «The Theory of Moral Sentiments», ‘The Wealth of Nations’ and «Lectures on Jurisprudence». However, the Smithian lesson is drawn —for sake of simplicity— from the economic thought of Paolo Sylos Labini (PSL) to which we largely refer in the first

---

\* Acknowledgement: the authors acknowledge the suggestions and contributions of anonymous referees in the review process.

part of the paper. Economic development and civil development interact over time in a circular way, with different cumulative causal relations: economic development can enhance civil development by the decrease of poverty, the increase of social infrastructure, the competition that improves the efficiency of the production system, and the improvement of the quality of work. While civil development can increase economic development through three factors: culture, institutions (above all the market) and ethics (see graph 1).

Graph 1. **CAUSAL RELATIONS BETWEEN ECONOMIC DEVELOPMENT AND CIVIL DEVELOPMENT**



Sources: Own elaboration.

According to the Smithian approach, this interaction is neither mechanical nor guaranteed, nor equal nor continuous in time and space: economic and civil development are included in social processes and phenomena that by their nature are complex and historically determined. Some specific issues such as unemployment, research, tax evasion, poverty, population explosion in poor countries are analysed, taking into account the close connection between economic and civil development. In addition, there are moral, social and environmental limits to the positive influence of economic development on civil development. In reference to these limits, in the economically advanced stage, as that of Western countries, the main factor for civil development is not the amount of income generated, but the way in which income is produced; therefore, in certain circumstances, economic development could even be negative for civil development.

We analyse the following aspects: the interaction between economic development and civil development, in a circular cumulative causation, and the various causal relationships between these two elements. We then propose a synthetic index of progress, which on the one hand takes account of the different components of development (social, civil, economic and ecological) and on the other hand is based on the concept of «sustainability» of progress, defined as balanced improvement of all its dimensions.

## 2. CUMULATIVE CYCLE BETWEEN ECONOMIC AND CIVIL DEVELOPMENT

The idea that the economic system and social system are integrated and that the goal of economic analysis is to study the links among social and economic variables has characterised development studies. Let us mention some relevant contributions to show how the Classical approach, that we adopt in this paper, can be related to the rest of development literature.

Seers underlines that to evaluate the progress of a country is not opportune to concentrate only on economic growth. For example, he writes: «What has been happening to poverty? What has been happening to unemployment? What has been happening to inequality? If all three of these have become less severe, then beyond doubt this has been a period of development for the country concerned. If one or two of these central problems have been growing worse, especially if all three have, it would be strange to call the result “development”, even if per capita income has soared» (Seers 1969, pp. 3-4).

At the same time, Frey and Stutzer argue that economic variables should be means for happiness and well being: «[...] economics is —or should be— about individual happiness; in particular, how do economic growth, unemployment and inflation, and institutional factors such as governance affect individual well-being?» (Frey Stutzer, 2002, p.402).

Layard emphasises that the relationship between purely economic progress and happiness is very complex: «GDP is a hopeless measure of welfare. For since the War that measure has shot up by leaps and bounds, while the happiness of the population has stagnated» (Layard, 2002, p.3).

The Washington Consensus's policies, based on liberalisation, privatisation and stabilisation, translate in political terms the dominance of purely economic progress in mainstream theory. But in the 1980s and 1990s, the social impact of these policies was very negative: «[...] in view of the widespread increase in inequality observed during the last twenty years —and of its negative impact on growth, poverty, inequality and social stability— adjustment and development policies must be more attentive to their distributive impact. In this and other areas it is necessary to explore

alternative adjustment and development trajectories involving different impacts on income distribution» (Cornia, 1999, p.4).

The interaction among economic development and civil development happens also because economic development needs continuous structural change lead by institutions: «Any economy is a dynamic entity which changes its structures and features as development takes place. Indeed, a continuous transformation of the economic structure is key ingredient behind sustained growth and development. [...] structural change is the ability of an economy to constantly generate new dynamic activities» (Ocampo, 2005).

Civil development, as the improvement of an inclusive social mechanism, can generate new opportunities for economic progress: «Many people—the excluded—have had little or no opportunity even to think about the strategy for their economic development, let alone to use their imagination in contributing to its determination. Theirs is therefore an untapped and unused potential [...]. Although it is not certain exactly what options the unleashing of peoples' imagination might deliver for economic development processes, it is clear that the welfare concerns from retaining the constraints again include both distributional and efficiency effects. For example, to remain deliberately blind to those as yet uncovered options is seemingly destined to disallow opportunities for [...] efficient improvements, at least on some occasions». (Sugden and Wilson 2005, pp. 19-20).

Also Amartya Sen, with his capability approach where goods and services are instruments to enable individual «to be» and «to do», focuses on relationship across development's dimensions and also affirms that development «can be seen [...] as a process of expanding the real freedoms that people enjoy» (Sen, 1999, p. 1).

Finally acknowledgement of integration of social and economic factors, stimulates academic and institutional debate on the measurement of well being where the GDP represents only one of the most relevant variables and not the only one: «the time is ripe for our measurement system to shift emphasis from measuring economic production to measuring people's well-being. And measures of well-being should be put in a context of sustainability. Despite deficiencies in our measures of production, we know much more about them than about well-being. Changing emphasis does not mean dismissing GDP and production measures. They emerged from concerns about market production and employment; they continue to provide answers to many important questions such as monitoring economic activity. But emphasising well-being is important because there appears to be an increasing gap between the information contained in aggregate GDP data and what counts for common people's well-being» (Stiglitz, Sen and Fitoussi 2009, p.12). The interconnection between economic progress and social progress is also a critical element of the effect of globalisation: [...]some of the most important, and adverse effects, relate to how globalization affects the political and social "equilibrium", in ways which may not always be positive for long-term growth». (Stiglitz, 2003 p.513).

In our view, the first logical step when considering the relationship between two factors is to define their characteristics. We conceive economic development according to the Classical approach as a process of continual structural change which brings about an increase in individual earnings which from Smith on is considered the index of material wealth. It is difficult to give a precise definition of civil development beyond what intuition and common sense tells us; multiple criteria must be used for its evaluation in the context of a complex situation.

«To evaluate civil development [*as opposed to economic development*, editors note], there is no single nor can there be a single criteria. However, if it is true that the process of democratization is spreading throughout the world it is valid to refer to concepts which are part of this process. Various criteria can be gleaned from these concepts, some quantifiable and others only measurable in conventional often arbitrary terms. These quantifiable criteria will allow us to measure the level of education for each age class, the unemployment rate, the employment rate and type, the level of inequality of wage distribution, the infant mortality rate, average life expectancy and incidence of juvenile delinquency. Among the criteria which can only be measured in conventional terms and can only be defined and described through qualitative analyses we can include: civil rights—which include judicial guarantees—, freedom of the press and of opinion, the right of association and political freedoms in general». (PSL, 1989: p. 685).

It is essential to consider the relationship between economic development (ED) and civil development (CD) in terms of circularity: there is bi-directional interaction between the two phenomena which evolves with time and in which both factors can be cause and/or effect in relation to the other factor. The economist's task is to unravel these complex ties.

«Common convention says that economic development automatically brings with it civil development as if there were a cause and effect relationship between the two processes. It is clear that people who can barely afford the essentials have a limited chance to improve in non-economic areas; and it is certain that to build the infrastructure necessary to civilize a country an ever increasing supply of resources is needed. But if this is a necessary condition, it is not a sufficient one. On the other hand, if certain fundamental requisites in the area of civil development are not present, for example a minimum level of education, economic development is not possible. The truth is that it is most efficacious to reason in terms of interaction rather than cause and effect». (PSL, 1992: p. 398).

The circularity which can be described is not continuous; there is the possibility of temporal misalignments, effects that are retarded or accelerated and it is not proportional seeing as there can be significant differences between the causal dimension and the effected dimension.

## 2.1. From civil to economic development

According to a Classical approach, civil development has a positive influence on economic development through three channels: institutions, culture and morals.

### *Institutions*

The institution which is fundamental for economic development is the market, not taken as a natural institute, but as one that is historically determined and which changes with time to be more or less significant.

The market is therefore an institution created by institutions which express the norms which define the limits of economic action and its potential. The *laissez faire* vision, that is a condition of absolute freedom of action of economic entities is dangerous and not only because of effects tied to social equality but also and most importantly for long term economic development. Economic forces if left completely alone would bring about their self-destruction.

The institutions which sustain economic development are exactly those capitalistic ones which are tied to economic freedom («corporate structures, ownership regimes») and those not strictly capitalistic («educational and research systems»).

<sup>1</sup>

Finally, public institutions have an important role in economic development. Public intervention can be divided into military, social, antagonistic («which impose behavior on corporations which they would not otherwise adopt») and cooperative («which support corporations and help them directly or indirectly»).

<sup>2</sup> The last type can be in the financial, organizational and structural areas and they sustain activities which would not otherwise have been started.

### *Culture*

The second channel through which civil development can contribute positively to economic development is represented by culture. In the first place in its most basic manifestation: education. We can distinguish two types of culture, humanistic and scientific. The second has the greatest impact on technical progress and therefore on economic development and it is in this area that economically less developed countries, for example African countries, are deficient.

«It has been said: there are two cultures, humanistic and scientific; if we accept that social sciences are autonomous, then there are three types of culture. Humanistic culture includes literature, poetry, music, painting and the other arts; scientific culture is founded on experiments and necessitates laboratories, special instruments and various support structures which require significant economic development». (PSL, 2000: p.35)

<sup>1</sup> Sylos Labini (2000), p. 171.

<sup>2</sup> Sylos Labini (2004), p. 83.

## **Morals**

The third channel is morals. Smith does not see contraposition between the ethical and economic spheres; ethical behavior helps economic development.

«Smith represents a turning point with respect to previous tradition which was essentially built by mercantilists and counselors to the prince. The preoccupation of these counselors was the power of nations (...) but Smith took personal wellbeing as the essential reference point and principal object of study. (..) But the growth of individual income is an objective to be seen not as an end in itself but as an instrument for civil development. (..) And civil development can be obtained by following the moral and judicial rules which Smith had already outlined in the *Theory of moral sentiments*, which he then proposed in various ways in his works on the economy». (PSL, 2002: pp.4-5).

Corruption is an example of how moving away from morally accepted behavior is inauspicious and is socially and economically unsustainable.

«Corruption includes tax evasion and “bribes” for public works which take resources from the revenue authorities; it lowers confidence in contracts and lowers self-confidence which is the source of non-rhetorical and non-hypocritical patriotism. In these ways, corruption slows economic development and inhibits the convergence between economic and civil development». (PSL, 2000: p.111).

## **2.2. From economic to civil development**

Economic development can sustain civil development through two important channels: the fight against unemployment and encouraging research.

### ***The fight against unemployment***

As the father of contemporary theory of economic development —Arthur Lewis— Sylos Labini focuses on the way to eliminate unemployment. As is known, Lewis points out that the labour market mechanism through which the transfer from the traditional sector to the capitalistic sectors occurs in developing countries, is characterized by dual economy. At the same time, Sylos Labini underlines the social consequences of unemployment.

Unemployment means exclusion from the social life and a frustrating dependence on others. The alienated state of the unemployed increases the probability that they will engage in illicit activities with even graver consequences for society as a whole.

«Youth unemployment is a problem common to all of the main European nations —not even Western Germany is excluded; but it is particularly significant for us: remember that unemployment is becoming more and more a problem of the South. As a consequence, in many areas of the South, among the younger genera-

tions, frustration and pessimism, foreboding but not impossible to overcome, but of dark inertia and widespread deviant behavior as they say, is growing. It is not therefore only a problem of economic development: it is a problem of civil growth of the entire nation». (PSL, 1985: p.1).

### **Research**

Sylos Labini, as scholar of Schumpeter,<sup>3</sup> follows the Schumpeterian lesson according to which research is the driver of technical progress —and therefore of economic development— by generating different types of innovation: organisational innovation, product innovation, market innovation, process innovation, and input innovation (see Schumpeter, 1934). Sylos Labini studies its important repercussions on civil development. Research contributes to the improvement of culture through increasing knowledge; it improves the quality of life by on the one hand attenuating the negative impact of economic development which will be discussed later, and on the other by improving the quality of work.

Finally, research is always accompanied by civil liberties. Research is relevant not only for economic but also for civil development which is far more important than economic development for various reasons. First off, research is the result of cultural growth and at the same time it feeds cultural growth creating practical challenges which are translated into intellectual challenges. For the most part, common practice shows that freedom to do research is essential for the diffusion of research itself and that freedom to do research is not separable from political freedom and democracy.

### **2.3. Limits on economic development**

The Classical view is very optimistic regarding the importance of economic development in civil development but realistically, there are some limits to economic development which are chiefly environmental and social.

We can distinguish two phases in economic development. In the first phase, through production and distribution of primary goods and investment in primary infrastructure, the quality of life is improved and socially relevant diseases are reduced (in this phase these are infective diseases, respiratory diseases and diseases of the digestive tract). In the second phase, economic growth brings about the generation of diseases which are accompanied by the increase in consumption of tobacco, alcohol and drugs.

«Smoking and alcohol, like drugs, have limited and indirect connections to economic factors. Maybe the connection is that the process of development, above certain levels, increases the number of people subject to *stress* and various kinds of frustrations among which a sense of emptiness and frustration which comes from

<sup>3</sup> For the relationship between Sylos Labini and Schumpeter see Corsi (2006).

overcoming basic economic problems. All this tension and frustration, which clearly falls into the psychological area, represents an incentive to consume, and to use tobacco, alcohol and drugs. This represents, at least for a certain period, a direct non-inverse correlation between the diseases connected to so called risk factors and economic development». (PSL, 1990: p. 314).

These sorts of phases are not strictly defined because diseases are exported to economies in much earlier stages of development due to globalization.

Another issue is linked with the environment. Even here there are two phases in development.

During the phase of underdevelopment, desertification and deforestation are the indirect consequences of misery while in the development phase there are problems linked with pollution from economic growth. Obviously as Sylos Labini notes, even in developing nations there are problems linked with pollution but certainly these are not as severe in the wealthy nations: in the globalised world, in fact, there is a considerable exporting of pollution, e.g. under trading agreements. As we have seen, even in this case there seems to be a first phase to economic development which is markedly positive while later the negative effects become more significant.

We can talk of an increase in the return on economic development in terms of human development up to a certain point after which returns tend to decrease in the sense that the role that income has is always less important in terms of quantity produced while the way we produce that income becomes fundamental. Qualitative aspects become increasingly important in economic growth.

«Development is a socially fundamental objective until individual income of the majority of the population reaches a certain critical level. After people are generally able to satisfy their essential needs and obtain a certain amount of comfort, economic development becomes less important and consumerism tends to become widespread and takes on pathological dimensions (...) and the river of frivolous goods grows rapidly even to dangerous levels. For “developed countries” —about one fifth of humanity —development is no longer important in terms of the availability of goods. One shouldn’t forget that in the course of development, many traditional values are destroyed and profound changes in life styles and systems of thought come about: the uninterrupted process of adaptation cannot move forward without much suffering». (PSL, 2000a: p.142).

### 3. EMPIRICAL ANALYSIS

Having described the concept of progress in terms of a cumulative circle between economic development and civil development, in this part of the paper we build a progress index, which has the properties that reflect our theoretical approach.

We argue that there is a strong link between the theoretical analysis and empirical analysis. Empirical results depend on the method used and they can cause several interpretations of reality and various policies. Our progress index has two fundamental properties: multidimensionality and social sustainability.

The first property, *multidimensionality*, is essential because progress involves various aspects of social life and therefore economic development is not the only dimension of development but one of the dimensions. The dimensions we consider are the following:

1. Environment (E).
2. Economy & Labour (EL).
3. Rights & Citizenship (RC).
4. Education & Culture: (EC).
5. Health (H).
6. Gender Equity: (GE).
7. Participation (PA).
8. Innovation (I).
9. Security & Legality (SL).

Dimensions 1-7 have already been aggregated into a synthetic index called QUARS (Index of Regional Quality of Development) used by the Lunaria Institute for the «Campaign Sbilanciamoci!». This is a civil initiative to create an index for monitoring the status of the quality of life in Italian regions. We chose the Lunaria's Italian Regional database because for various reasons. First of all, we decided to conduct an empirical analysis using regional data, because at regional level there is a larger availability of non-economic variables that result crucial for development processes.<sup>4</sup> Secondly, the Lunaria's database is one of the biggest database useful for regional development analysis in Italy, where all data come from institutional sources and are freely available. Thirdly, the construction of such a database is the result of a consultation process on variable selection among Italian academic experts and civil society organisations. Thus, all considered variables are a good approximation of the real concept of progress in Italy; in other terms, Lunaria's database not only represent the multidimensionality of development among Italian regions, but also, according to the Sen approach, can be an instrument of development by enforcing one of the relevant elements of the empowerment process: the awareness of the development priorities. Finally, the Lunaria's database and the relative QUARS Index is diffused at international level, in fact it has been included among best practices at EU's «Beyond GDP» conference<sup>5</sup> and it is considered in the OECD's Global Project;

<sup>4</sup> For the same reasons, empirical studies on social capital are typically based at regional level. See the seminal work of Putnam (1993).

<sup>5</sup> See Goossens (2007).

moreover at regional level was adopted in two regions (Lazio and Toscana) in their documents for economic planning.<sup>6</sup>

For the *Environment* dimension, variables are linked to the environmental impact of human activity and the policies to attenuate pollution. For the *Economy & Labour* dimension, variables are linked to economic exclusion mechanisms. For the *Rights & Citizenship* dimension, variables are linked to social exclusion and social assistance mechanisms. For the *Education & Culture* dimension, variables are linked to the level of education and to the opportunities of education and culture improvements. For the *Health* dimension, variables are linked to the quality and efficiency of the hospital structures, health prevention and territorial assistance. For the *Gender Equity* dimension, the variables are linked to womens' participation in social, economic and political life. For the *Participation* dimension, the variables linked to all practices that aim to increase the quality of democracy.

In accordance with the Classical approach, we introduce two other dimensions for taking into consideration the relevance for the development process of technical progress, and ethics and respect of law institutions. For the *Innovation* dimension, there are variables linked to public and private R&D and technical human resources. In particular we introduced «labour productivity of small and medium enterprises» to include also the innovations that increase the value of this variable and that can depend on economies of scale (through demand increases) or efficiency of investments stimulated by increases of labour cost.<sup>7</sup> For the *Security & Legality* dimension, there are variables linked to crimes and irregular labour. We are aware of the difficulty of quantifying these «complex social aspects», in fact we consider our attempt a first approximation but also a necessity to better understand the development processes (see appendix for further details).

The property of multidimensionality is linked with the Smithian idea of the interaction between economic development and civil development: in fact the bidirectional relationship is founded on the links across many socioeconomic variables. Multidimensionality is a necessary condition to generate virtuous development circle.

The second property of the progress index is *social sustainability* defined as not perfect substitutability of dimensions. In fact we argue that only a balanced development is socially sustainable.<sup>8</sup> To take this concept into account in our index we use the concave average method. This method, created by Casadio Tarabusi E. and Palazzi (2004), penalizes the development level in proportion to its deviation from a level where the values of all dimension are the same. This penalization decreases with an increase in the level of development. The property of social sustainability reinforces the

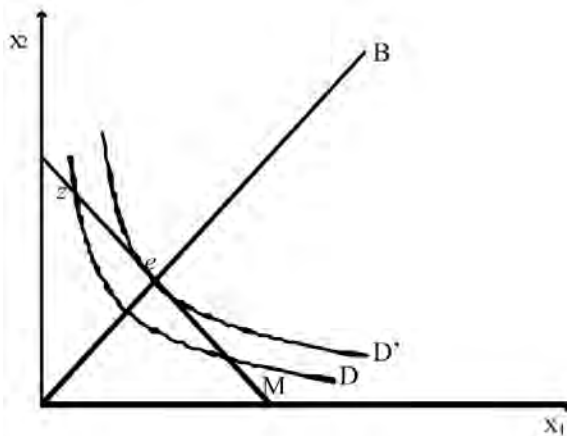
<sup>6</sup> See Rondinella, Segre, Mascherini, (2009).

<sup>7</sup> See Corsi and Guarini (2008), Guarini (2009).

<sup>8</sup> See Lauri and Palazzi (1998), Palazzi (2004).

Classical concept of interaction between economic and civil development because, for a given level of progress, the balance across dimensions can indicate the presence of virtuous circles among social system and economic system; by contrast, an unbalance means that there are weak links among development dimensions. Moreover, according to the Classical lesson of Sylos Labini, since development processes are cumulative, the balance among dimensions can influence the sustainability of development positively. Thus, the imperfect substitutability of dimensions means that all factors are indispensable and they also reciprocally self-reinforce thanks to internal links.

Graph 2. **EQUAL DEVELOPMENT AND THE IMPERFECT SUBSTITUTABILITY OF DEVELOPMENT DIMENSIONS**



Sources: Own elaboration.

Graph 2 explains this concept clearly. Assuming only two dimensions  $x_1$  and  $x_2$ , for simplicity, we can see the «equal development» line M built with a simple average, the «equal development» curves D and D' built with a concave average (where curve D' represents a level of development higher than the development level of curve D) and the bisector line B. Point  $e$  represents the combination of the same level of two dimensions ( $x_1 = x_2$ ) and point  $z$  represents a combination where the level of dimension  $x_2$  is higher than that one of dimension  $x_1$  ( $x_2 > x_1$ ). With simple average method points  $e$  and  $z$  are both on the line M and these points represent same level of development; while with the concave average method point  $e$  represents an higher level of development with respect to point  $z$  in fact the first one is in the curve D' and second one is in the curve D. The concave method measures the level of development by penalizing the unbalanced combination of  $x_1$  and  $x_2$  (point  $z$ ) with respect to their perfectly balanced combination (point  $e$ ).

The index is calculated with this function:

$$F(x_1, \dots, x_n) = \frac{\sum_{i=1}^n w_i (x_i - a_i e^{-b_i x_i})}{\sum_{i=1}^n w_i}$$

where  $x_i$  is the variable,  $w_i$  is the weight,  $a_i$  and  $b_i$  are the parameters of «equal development curve» (as D and D') that are related to the intensity of penalization of unbalanced development and intensity of complementarities between dimensions. The function F is defined and smooth on the whole  $R_N$ , strictly increasing with respect to each variable separately, strictly concave, and asymptotic to  $\frac{\sum_{i=1}^n w_i x_i}{\sum_{i=1}^n w_i}$  for large  $x_1, \dots, x_N$ .<sup>9</sup> To make the analysis easy, we assume  $a_i = b_i = 1$ :

Moreover we assume  $w_i = 1$  to give the same weight to each dimension. The last assumption means that all dimensions have the same importance for development. The concave average method assumes imperfect substitutability among dimensions, while the simple average method assumes perfect substitutability between dimensions. To decide how to choose the type of average and the dimensions to use, with respect to construction of indices, we follow the QUARS methodology<sup>10</sup>: firstly if the variable is negative for development, it is multiplied by -1. Secondly the variable is standardised<sup>11</sup>. Thirdly for each dimension an index is built that is an average of a group of variables. Fourthly each dimension index is standardised. Fifthly, a synthetic index is built by using an average method. Finally the synthetic index is standardised. By construction, the values are between -1 and 1 in 95 percent of the cases and the average is 0.<sup>12</sup> The database of QUARS variables is in the QUARS Report (2006, 2007, 2008) and the database of variables of our new dimensions is on the ISTAT website (dated March 2009). When we consider seven QUARS dimensions with our two dimensions together, we will use only the

<sup>9</sup> For the deepening of mathematical properties of the function see Casadio Tarabusi and Palazzi (2004).

<sup>10</sup> See Lunaria (2008).

<sup>11</sup> If  $y$  is a variable the standardisation consists in this operation:

$(y_j - \mu)/\sigma$  where  $\mu$  is the simple average and  $\sigma$  is the standard deviation, for each  $j$  observation.

<sup>12</sup> The QUARS values are between -1 and 1, the  $F(x)$  is built for the values between 0 and 1, and we

make algebraical transformation  $\frac{\sum_{i=1}^n w_i (2g - 1)}{\sum_{i=1}^n w_i}$  where  $g = (z - a e^{-bz})$ ,  $z = (s+1)/2$ .

most recent data available from the QUARS Report (2008) and the ISTAT website (March 2009).

We aim to build a final progress index (P) gradually, by starting from the QUARS index (Q) and by making comparisons between the QUARS index and an intermediate Progress index to estimate their differences and to test the usefulness of the new index P. In conclusion, the progress index is dissimilar from the QUARS indices because of the method of calculation (the first is computed by using a concave average while the second is computed by using a simple average) and for the number of dimensions (the P index is composed of the seven dimensions of QUARS plus «Innovation» and «Security & Legality»).

Diagram 1. **DIFFERENT KINDS OF ANALYSIS**

|                         |                     | New indicators respect to QUARS |           |
|-------------------------|---------------------|---------------------------------|-----------|
| Analysis                | New indicator       | Variables                       | Method    |
| Methodological Analysis | C                   | Same                            | Different |
| Component Analysis      | QIN, QSL, QINSL     | Different                       | Same      |
| Global Analysis         | CIN, CSL, P(=CINSL) | Different                       | Different |

Sources: Own elaboration.

Our empirical work consists on three kinds of analysis. Initially we do an analysis where comparisons between our intermediate progress indices and QUARS depend only on a change of method (Methodological Analysis). In fact we build an index C that has the same variables as QUARS, but is produced using the concave average method. The series considered are from 2006, 2007 and 2008 and the comparisons are relative to temporal rank variations and to rank variations for every year. Successively, we execute an analysis where comparisons between the QUARS index and our intermediate progress index depend only on different dimensions (Dimension Analysis). In fact we build intermediate progress indices with the simple average method, but they incorporate both the QUARS dimensions and our new dimensions separately and together: «Innovation» (QI index), the «Security & Legality» (QSL index), and both (QISL index). Finally, we do an analysis where comparisons between the QUARS indices and our intermediate progress index depend on both a difference in method and different dimensions (Global Analysis). In fact we gradually build the progress index «P» by starting from C and adding first only «Innovation» (CIN index) next only «Security & Legality» (CSL index); finally we add both new dimensions to the C index

and we obtain our progress index «P». Comparisons are made between the indices in terms of both ranking and absolute values. We also performed a disequilibrium analysis to discover which dimension is the main cause of unbalanced development for each region. The empirical analysis concludes with the final comparison between the final Progress index and QUARS index.

### *Methodological analysis*

At first, we want to verify if different methods cause a significant difference of results in terms of ranks. We compare the QUARS index with the C index that has the same variables as QUARS but is built using the concave average method for temporal rank variations. Table 1 shows that for the 06-07 period the percentage of regions with different temporal variations is 50 percent, while for the 07-08 period it is 65 percent, finally for the 06-08 period it is 50 percent. We saw some significant results; there are relevant differences in terms of temporal rank variations: in reference to the 2006-2007 period for Valle d'Aosta and Liguria this difference is 3, in reference to the 2007-2008 period for Piemonte, Lombardia e Trentino Alto Adige this difference is 2 and in reference to the 2006-2008 period for Valle d'Aosta and Lombardia the difference is 2. Finally, in three regions the sign of the temporal rank variation is different: in the 2007-2008 period, according to the Q index, Liguria gains 1 position, instead according to C index it loses 2 positions; in the 2006-2008 period according to the Q index Piemonte and Veneto lose 1 position while according to C index they gain 1 position.

Table 2 shows a comparison between indices Q and C relative to the different ranks for each year during the 2006-2008 period. The percentage of regions with dissimilar ranks is 30 percent in 2006, 40 per cent in 2007 and 35 percent in 2008. Also these results demonstrate the relevance of using diverse methods. There some cases where the rank difference is 4 (Valle d'Aosta in 2007) and 3 (Liguria in 2007 and Valle d'Aosta in 2008).

### *Dimension analysis*

The dimension analysis points out the importance of including «Innovation» (I) and «Security & Legality» (SL) in the QUARS indices. In table 3 dQI is the rank difference between QUARS and QUARS with «Innovation»; dQSL is the rank difference between QUARS and QUARS with «Security & Legality»; finally dQISL is the rank difference between QUARS and QUARS with «Innovation» and «Security & Legality». Table 3 shows that the percentage of regions with different ranks is 30 percent by introducing only «Innovation» (dQI), 55 percent by introducing only Security & Legality (dQSL) and 40 percent by introducing both dimensions (dQISL). Regarding rank difference due to «Innovation» (dQI), the regions with the largest «rank gain» are Piemonte (+4) and Lombardia (+3); while Valle d'Aosta is the region with the largest «rank loss» (-4). Regarding rank difference due to «Security &

**Table 1. METHODOLOGICAL ANALYSIS: TEMPORAL RANK VARIATIONS OF ITALIAN REGIONS**

| Region                                                  | Q07 | Q 07_06 | C07 | C 07_06 | Region                                                  | Q08 | Q 08_07 | C08 | C 08_07 | Q 08_06 | C 08_06 |
|---------------------------------------------------------|-----|---------|-----|---------|---------------------------------------------------------|-----|---------|-----|---------|---------|---------|
| Piemonte                                                | 7   | 2       | 7   | 2       | Piemonte                                                | 10  | -3      | 8   | -1      | -1      | 1       |
| Valle d'Aosta                                           | 8   | -2      | 12  | -5      | Valle d'Aosta                                           | 6   | 2       | 9   | 3       | 0       | -2      |
| Lombardia                                               | 10  | 1       | 10  | 1       | Lombardia                                               | 8   | 2       | 10  | 0       | 3       | 1       |
| Trentino-Alto Adige                                     | 1   | 0       | 3   | -1      | Trentino-Alto Adige                                     | 1   | 0       | 1   | 2       | 0       | 1       |
| Veneto                                                  | 9   | -1      | 8   | 0       | Veneto                                                  | 9   | 0       | 7   | 1       | -1      | 1       |
| Friuli-Venezia Giulia                                   | 6   | 1       | 6   | 0       | Friuli-Venezia Giulia                                   | 3   | 3       | 3   | 3       | 4       | 3       |
| Liguria                                                 | 12  | 0       | 9   | 3       | Liguria                                                 | 11  | 1       | 11  | -2      | 1       | 1       |
| Emilia-Romagna                                          | 2   | 1       | 1   | 2       | Emilia-Romagna                                          | 2   | 0       | 2   | -1      | 1       | 1       |
| Toscana                                                 | 3   | -1      | 2   | -1      | Toscana                                                 | 4   | -1      | 4   | -2      | -2      | -3      |
| Umbria                                                  | 5   | -1      | 5   | -1      | Umbria                                                  | 5   | 0       | 5   | 0       | -1      | -1      |
| Marche                                                  | 4   | 1       | 4   | 1       | Marche                                                  | 7   | -3      | 6   | -2      | -2      | -1      |
| Lazio                                                   | 14  | 0       | 14  | 1       | Lazio                                                   | 12  | 2       | 12  | 2       | 2       | 3       |
| Abruzzo                                                 | 11  | -1      | 11  | -1      | Abruzzo                                                 | 13  | -2      | 13  | -2      | -3      | -3      |
| Molise                                                  | 16  | -1      | 16  | -2      | Molise                                                  | 16  | 0       | 15  | 1       | -1      | -1      |
| Campania                                                | 20  | 0       | 20  | 0       | Campania                                                | 20  | 0       | 20  | 0       | 0       | 0       |
| Puglia                                                  | 18  | -1      | 17  | 0       | Puglia                                                  | 18  | 0       | 18  | -1      | -1      | -1      |
| Basilicata                                              | 15  | 1       | 15  | 1       | Basilicata                                              | 15  | 0       | 16  | -1      | 1       | 0       |
| Calabria                                                | 17  | 2       | 18  | 1       | Calabria                                                | 17  | 0       | 17  | 1       | 2       | 2       |
| Sicilia                                                 | 19  | -1      | 19  | -1      | Sicilia                                                 | 19  | 0       | 19  | 0       | -1      | -1      |
| Sardegna                                                | 13  | 0       | 13  | 0       | Sardegna                                                | 14  | -1      | 14  | -1      | -1      | -1      |
| Percentage of regions with different temporal variation |     |         |     | 50      | Percentage of regions with different temporal variation |     |         |     | 65      | 50      |         |

Sources: Own elaboration.

Legality» (dQSL), the regions with the largest «rank loss» are Emilia-Romagna, Toscana, Umbria, Lazio (-2), and the region with the largest «rank gain» is Valle d'Aosta (+3). Finally, by considering both «Innovation» and «Security & Legality» (dQISL), Umbria is the region with the largest rank loss, while Marche and Veneto are the regions with the largest rank gain.

**Table 2. COMPARISON BETWEEN NDICES AND C. RANK DIFFERENCES**

| Region                                    | Q06 | Δ06 | Region                | Q07 | Δ07 | Region                | Q08 | Δ08 |
|-------------------------------------------|-----|-----|-----------------------|-----|-----|-----------------------|-----|-----|
| Piemonte                                  | 9   | 0   | Piemonte              | 7   | 0   | Piemonte              | 10  | 2   |
| Valle d'Aosta                             | 6   | -1  | Valle d'Aosta         | 8   | -4  | Valle d'Aosta         | 6   | -3  |
| Lombardia                                 | 11  | 0   | Lombardia             | 10  | 0   | Lombardia             | 8   | -2  |
| Trentino-Alto Adige                       | 1   | -1  | Trentino-Alto Adige   | 1   | -2  | Trentino-Alto Adige   | 1   | 0   |
| Veneto                                    | 8   | 0   | Veneto                | 9   | 1   | Veneto                | 9   | 2   |
| Friuli-Venezia Giulia                     | 7   | 1   | Friuli-Venezia Giulia | 6   | 0   | Friuli-Venezia Giulia | 3   | 0   |
| Liguria                                   | 12  | 0   | Liguria               | 12  | 3   | Liguria               | 11  | 0   |
| Emilia-Romagna                            | 3   | 0   | Emilia-Romagna        | 2   | 1   | Emilia-Romagna        | 2   | 0   |
| Toscana                                   | 2   | 1   | Toscana               | 3   | 1   | Toscana               | 4   | 0   |
| Umbria                                    | 4   | 0   | Umbria                | 5   | 0   | Umbria                | 5   | 0   |
| Marche                                    | 5   | 0   | Marche                | 4   | 0   | Marche                | 7   | 1   |
| Lazio                                     | 14  | -1  | Lazio                 | 14  | 0   | Lazio                 | 12  | 0   |
| Abruzzo                                   | 10  | 0   | Abruzzo               | 11  | 0   | Abruzzo               | 13  | 0   |
| Molise                                    | 15  | 1   | Molise                | 16  | 0   | Molise                | 16  | 1   |
| Campania                                  | 20  | 0   | Campania              | 20  | 0   | Campania              | 20  | 0   |
| Puglia                                    | 17  | 0   | Puglia                | 18  | 1   | Puglia                | 18  | 0   |
| Basilicata                                | 16  | 0   | Basilicata            | 15  | 0   | Basilicata            | 15  | -1  |
| Calabria                                  | 19  | 0   | Calabria              | 17  | -1  | Calabria              | 17  | 0   |
| Sicilia                                   | 18  | 0   | Sicilia               | 19  | 0   | Sicilia               | 19  | 0   |
| Sardegna                                  | 13  | 0   | Sardegna              | 13  | 0   | Sardegna              | 14  | 0   |
| Percentage of regions with different rank |     | 30  |                       |     | 40  |                       |     | 35  |

Sources: Own elaboration.

**Global analysis**

In this section we conduct a global analysis by gradually building the final Progress index (P). The index has seven QUARS dimensions and our new dimensions «Innovation» and «Security & Legality» and it is built by using the concave average method. We start with C index and add its two new dimensions. dCI is the rank difference between C and C with «Innovation»; dCSL is the rank difference between C

Table 3. **DIMENSION ANALYSIS**

| Region                                    | Q  | dQI | dQSL | dQISL |
|-------------------------------------------|----|-----|------|-------|
| Trentino-Alto Adige                       | 1  | 0   | 0    | 0     |
| Emilia-Romagna                            | 2  | 0   | -2   | -1    |
| Friuli-Venezia Giulia                     | 3  | 0   | 1    | 1     |
| Toscana                                   | 4  | 0   | -2   | 0     |
| Umbria                                    | 5  | -2  | -2   | -3    |
| Valle d'Aosta                             | 6  | -4  | 3    | 0     |
| Marche                                    | 7  | -2  | 2    | 2     |
| Lombardia                                 | 8  | 3   | -1   | -1    |
| Veneto                                    | 9  | 1   | 1    | 2     |
| Piemonte                                  | 10 | 4   | 0    | 0     |
| Liguria                                   | 11 | 0   | 0    | 0     |
| Lazio                                     | 12 | 0   | -2   | -1    |
| Abruzzo                                   | 13 | 0   | 1    | 1     |
| Sardegna                                  | 14 | 0   | 1    | 0     |
| Basilicata                                | 15 | 0   | 0    | 0     |
| Molise                                    | 16 | 0   | 0    | 0     |
| Calabria                                  | 17 | 0   | 0    | 0     |
| Puglia                                    | 18 | 0   | 0    | 0     |
| Sicilia                                   | 19 | 0   | 0    | 0     |
| Campania                                  | 20 | 0   | 0    | 0     |
| Percentage of regions with different rank |    | 30  | 55   | 40    |

Sources: Own elaboration.

and C with «Security & Legality»; dCISL, is the «rank difference» between C and P that is C with «Innovation» and «Security & Legality». The percentages of regions with rank changed are high: 45 for dCI, 55 for dCSL and 40 for dCISL. With reference to «Innovation» (dCI), the regions that improve their rank significantly are Piemonte (+3) and Lombardia (+2), instead the regions that worsen their rank significantly are Valle d'Aosta (-2) and Veneto (-2). With reference to «Security & Legality» (dCSL), Marche and Valle d'Aosta have the most significant rank improvement (+3), while Emilia Romagna, Umbria and Lazio have the most relevant rank worsening (-2). Finally, with reference to both dimensions, that is the case of P index, (dP) the regions that improve their ranks are Friuli Venezia Giulia, Marche, Abruzzo and Basilicata (+1), instead those ones that have rank worsening are Emilia Romagna, Umbria, Lazio and Molise (-1).

Table 4. GLOBAL ANALYSIS

| Region                                    | C  | dCI | dCSL | dP | Region                                          | C     | dCI% | dCSL% | dP% |
|-------------------------------------------|----|-----|------|----|-------------------------------------------------|-------|------|-------|-----|
| Trentino-Alto Adige                       | 1  | 0   | 0    | 0  | Trentino-Alto Adige                             | 1,14  | -4   | 5     | 3   |
| Emilia-Romagna                            | 2  | 0   | -2   | -1 | Emilia-Romagna                                  | 0,96  | 9    | -13   | -1  |
| Friuli-Venezia Giulia                     | 3  | 0   | 1    | 1  | Friuli-Venezia Giulia                           | 0,89  | 7    | 3     | 12  |
| Toscana                                   | 4  | 0   | -1   | 0  | Toscana                                         | 0,85  | -4   | -3    | -5  |
| Umbria                                    | 5  | -1  | -2   | -1 | Umbria                                          | 0,76  | -8   | -8    | -14 |
| Marche                                    | 6  | -1  | 3    | 1  | Marche                                          | 0,75  | -12  | 15    | 4   |
| Veneto                                    | 7  | -2  | -1   | 0  | Veneto                                          | 0,59  | 3    | 4     | 8   |
| Piemonte                                  | 8  | 3   | -1   | 0  | Piemonte                                        | 0,58  | 23   | -30   | -4  |
| Valle d'Aosta                             | 9  | -2  | 3    | 0  | Valle d'Aosta                                   | 0,55  | -29  | 29    | -0  |
| Lombardia                                 | 10 | 2   | 0    | 0  | Lombardia                                       | 0,53  | 24   | -42   | -14 |
| Liguria                                   | 11 | 1   | 0    | 0  | Liguria                                         | 0,37  | 17   | -18   | 1   |
| Lazio                                     | 12 | 0   | -2   | -1 | Lazio                                           | 0,18  | 86   | -196  | -94 |
| Abruzzo                                   | 13 | 0   | 1    | 1  | Abruzzo                                         | 0,06  | 38   | 227   | 245 |
| Sardegna                                  | 14 | 0   | 1    | 0  | Sardegna                                        | -0,11 | 142  | -98   | 49  |
| Molise                                    | 15 | -1  | 0    | -1 | Molise                                          | -0,63 | 36   | -33   | 7   |
| Basilicata                                | 16 | 1   | 0    | 1  | Basilicata                                      | -0,68 | 12   | -37   | -20 |
| Calabria                                  | 17 | 0   | 0    | 0  | Calabria                                        | -1,40 | 7    | -8    | 1   |
| Puglia                                    | 18 | 0   | 0    | 0  | Puglia                                          | -1,53 | 1    | -9    | -6  |
| Sicilia                                   | 19 | 0   | 0    | 0  | Sicilia                                         | -1,75 | -5   | -5    | -8  |
| Campania                                  | 20 | 0   | 0    | 0  | Campania                                        | -2,11 | -9   | 17    | 8   |
| Percentage of regions with different rank |    | 45  | 55   | 40 | Percentage of regions with level change (=>10%) |       | 50   | 60    | 35  |
|                                           |    |     |      |    | whose worsening                                 |       | 50   | 50    | 57  |
|                                           |    |     |      |    | whose improving                                 |       | 50   | 50    | 43  |

Sources: Own elaboration.

With the respect to the same variables, we also calculate the percentage difference of the absolute values of the indices. In this way we can analyze the regional context regardless of other regions. The percentage differences are represented respectively by dCI%, dCSL% and dP%. Since the average of the values is zero thanks to standardisation, for the negative values that are below the dotted line, the positive (negative) sign of the percentage difference is negative (positive) for development because this means that the region moves away from (approaches) the average. In this case it is opportune to examine the sign and dimension of the percentages rather than their specific values. In general, we note

that the percentage of regions with percentages change equal or greater than 10 percent, is 50 percent with regards to «Innovation» (dCI%) and 60 percent with regards to «Security & Legality» (dCSL%). Among these regions, 50 percent have their ranks lowered when taking into account both «Innovation» and «Security & Legality». Some specific results are noteworthy. Lazio represents a complex situation: it has the greatest improvement due to the inclusion of «Innovation» (dCI% is equal to +86 percent) but has the greatest drop due to the inclusion «Security & Legality» (dCSL% is equal to -196 percent) and progress (dP% is equal to -94 percent). Instead Abruzzo has a major improvement from «Security & Legality» (dCSL% is equal to +227 percent) and progress (dP% is equal to +245 percent). With regards to «Innovation», Southern regions (except Sicily and Campania) worsen their ranks, while for «Security & Legality» Southern regions (except Campania) improve their ranks. This last result points out that there are limits in the effects that we are able to capture through the use of quantitative variables for the phenomenon of «Security & Legality» and that this phenomenon is complex because of the numerous causes, effects and localization. Finally by comparing the rank change analysis with percentage change analysis, we discover that intra-regional dynamics do not correspond completely with the inter-regional dynamics; for example Abruzzo, with respect to differences between CSL and C and between C and P, has very relevant improvements in terms of percentage difference of absolute values, but it gains only one position in terms of rank differences.

Table 5 shows the rank differences  $di$  between the  $P$  index and the  $i$  dimension indices (where  $i = E, EL, EC, H, GE, PA, I, SL$ ). For each region there are interesting results, but we want to stress some more general aspects. First, the dimension indices that have more cases of rank difference, equal or greater than 5, are «Environment» (E), «Innovation» (I) and «Security & Legality» (SL). Second, the region with the greatest number of dimension indices with rank differences, greater than or equal to 5, are all in the Centre-North (Trentino Alto Adige, Friuli Venezia Giulia, Umbria, Valle d'Aosta, Lombardia and Lazio). Thirdly, as the progress index ranking decreases, the number of cases of worsening decreases. Table 6 shows the Sperman index of cograduation among all indices (dimension and progress indices). The remarkable result is that «Environment», «Innovation», «Education & Culture» and «Security & Legality» have the lowest cograduation with the progress index. In particular, the cograduation between the «Security & Legality» index and the progress index is 0.1 and in some cases the cograduation with other index is negative. This dimension is fundamental for civic and economic development, but it is very complex and it needs its own analysis.

**Table 5. RANK DIFFERENCES BETWEEN THE PROGRESS INDEX «P» AND DIFFERENT DIMENSION INDICES**

| Region                                          | P  | dE  | dEL | dRC | dH | dEC | dEO | dPA | dl | dSL | N°component indicator with rank difference = >5 | whose worsening |
|-------------------------------------------------|----|-----|-----|-----|----|-----|-----|-----|----|-----|-------------------------------------------------|-----------------|
| Trentino-Alto Adige                             | 1  | 0   | 0   | -1  | -3 | -14 | -9  | 0   | -6 | -5  | 4                                               | 4               |
| Friuli-Venezia Giulia                           | 2  | -11 | -1  | 1   | 1  | 1   | -9  | -7  | -3 | -6  | 4                                               | 4               |
| Emilia-Romagna                                  | 3  | -5  | -2  | -7  | 0  | -2  | 0   | -2  | 1  | -13 | 3                                               | 3               |
| Toscana                                         | 4  | 1   | -2  | -14 | -4 | 0   | 2   | 2   | -5 | -8  | 3                                               | 3               |
| Marche                                          | 5  | -5  | 1   | 2   | -4 | -1  | -4  | -2  | -7 | 1   | 2                                               | 2               |
| Umbria                                          | 6  | -1  | -6  | 2   | -6 | 3   | 2   | 2   | -5 | -8  | 4                                               | 4               |
| Veneto                                          | 7  | -10 | 5   | 1   | 1  | -3  | 0   | 4   | -1 | -2  | 2                                               | 1               |
| Piemonte                                        | 8  | 4   | 1   | -5  | 3  | -1  | 2   | -3  | 7  | -9  | 3                                               | 2               |
| Valle d'Aosta                                   | 9  | 7   | 1   | 2   | -5 | -7  | 8   | 1   | -5 | 7   | 6                                               | 3               |
| Lombardia                                       | 10 | -8  | 1   | 2   | 8  | 3   | 2   | 4   | 7  | -8  | 4                                               | 2               |
| Liguria                                         | 11 | -3  | 1   | 0   | 1  | 3   | 6   | 1   | 5  | -4  | 2                                               | 0               |
| Abruzzo                                         | 12 | 6   | 1   | 3   | 1  | 0   | -1  | -3  | 2  | 7   | 2                                               | 0               |
| Lazio                                           | 13 | 2   | 0   | -4  | 6  | 11  | 1   | 0   | 9  | -6  | 4                                               | 1               |
| Sardegna                                        | 14 | 5   | -1  | 9   | 1  | 1   | 0   | 2   | -3 | 7   | 3                                               | 0               |
| Basilicata                                      | 15 | 10  | -1  | 1   | 0  | -5  | 0   | 1   | -1 | 14  | 3                                               | 1               |
| Molise                                          | 16 | 0   | 2   | 4   | 0  | 5   | 0   | 0   | -4 | 13  | 2                                               | 0               |
| Calabria                                        | 17 | 5   | -3  | 1   | -3 | 3   | 0   | 0   | -2 | 6   | 2                                               | 0               |
| Puglia                                          | 18 | -1  | 1   | 3   | -1 | -1  | -2  | 0   | 0  | 8   | 1                                               | 0               |
| Sicilia                                         | 19 | 4   | 0   | 0   | 2  | 2   | 1   | 0   | 4  | 6   | 1                                               | 0               |
| Campania                                        | 20 | 0   | 2   | 0   | 2  | 2   | 1   | 0   | 7  | 0   | 1                                               | 0               |
| Percentage of regions with rank difference = >5 |    | 50  | 10  | 20  | 20 | 25  | 20  | 5   | 50 | 80  |                                                 |                 |
| whose worsening                                 |    | 50  | 50  | 75  | 50 | 60  | 50  | 100 | 50 | 50  |                                                 |                 |
| whose improving                                 |    | 50  | 50  | 25  | 50 | 40  | 50  | 0   | 50 | 50  |                                                 |                 |

Sources: Own elaboration.

Table 6. **SPERMAN INDEX OF COGRADUATION**

|    | P   | E   | EC  | R   | H    | EC   | EO   | PA  | I    | SL |
|----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|-----|------|----|
| P  | 1   |     |     |     |      |      |      |     |      |    |
| E  | 0,5 | 1   |     |     |      |      |      |     |      |    |
| EC | 0,9 | 0,4 | 1   |     |      |      |      |     |      |    |
| R  | 0,7 | 0,3 | 0,7 | 1   |      |      |      |     |      |    |
| H  | 0,8 | 0,3 | 0,8 | 0,5 | 1    |      |      |     |      |    |
| EC | 0,6 | 0,1 | 0,5 | 0,3 | 0,7  | 1    |      |     |      |    |
| EO | 0,8 | 0,5 | 0,7 | 0,4 | 0,6  | 0,6  | 1    |     |      |    |
| PA | 0,9 | 0,5 | 0,9 | 0,6 | 0,7  | 0,6  | 0,8  | 1   |      |    |
| I  | 0,6 | 0,2 | 0,7 | 0,2 | 0,9  | 0,6  | 0,6  | 0,6 | 1    |    |
| SL | 0,1 | 0,4 | 0,1 | 0,4 | -0,2 | -0,3 | -0,1 | 0,0 | -0,5 | 1  |

Sources: Own elaboration.

### *Disequilibrium analysis*

By using the concave average method we penalize regions whose development is unbalanced with regard to dimensions and we give the same weights to each dimension ( $w_i = 1$ ). In table 7 we compare the progress index P with the intermediate progress indices  $P_i$  (where  $i = E, EL, EC, H, GE, PA, I, SL$ ); for each dimension, we put  $w_i = 2$  to calculate each  $P_i$  index. Thus, with regard to the  $i$ th dimension if the region improves (worsens) its rank it means that regional development is characterised by an excess (deficiency) of the  $i$ th dimension. The analysis considers both rank differences (dPi) and percentage differences of absolute values (dPi%). With respect to percentage differences and rank differences, the dimensions with the highest percentage of regions that modify levels, equal or higher than 10 percent, or ranks are «Security & Legality», «Environment» and «Education». With reference to percentage differences, Lazio is the region that has the highest difference (except for Economy and Labour) between P and the other indices. With reference to rank difference Valle d'Aosta is the region with the greatest number of changes of rank.<sup>13</sup>

Finally, in table 8 we compare the QUARS index «Q» and our progress index «P» both in terms of percentage difference of absolute values and in terms of rank difference. The general results are interesting. Firstly, two kinds of changes are significant. The percentage of regions with a percentage difference equal to or greater than 10 percent is 65 percent and the percentage of regions whose rank changed is

<sup>13</sup> We remember that for the negative value, below the dotted line, the positive (negative) sign of percentage difference is negative (positive) for the development because this means that the region moves away from (approaches) the average.

Table 7. DISEQUILIBRIUM ANALYSIS

| Region                                             | P    | dPE% | dPEL% | dPRC% | dPH% | dPEC% | dPPA% | dPEO% | dPI% | dPSL% | P                                         | dPE | dPEL | dPRC | dPH | dPEC | dPPA | dPEO | dPI | dPSL |    |    |
|----------------------------------------------------|------|------|-------|-------|------|-------|-------|-------|------|-------|-------------------------------------------|-----|------|------|-----|------|------|------|-----|------|----|----|
| Trentino-Alto Adige                                | 1,2  | 20   | -2    | -2    | 1    | -18   | -8    | 7     | -3   | 3     | 1                                         | 0   | 0    | 0    | 0   | -2   | 0    | 0    | 0   | 0    |    |    |
| Friuli-Venezia Giulia                              | 1,0  | -12  | -2    | 3     | 6    | 8     | -9    | -4    | 5    | 1     | 2                                         | -1  | 0    | 0    | 0   | 1    | -1   | 0    | 0   | 0    |    |    |
| Emilia-Romagna                                     | 0,9  | -6   | -2    | -8    | 5    | 5     | 4     | 0     | 8    | -12   | 3                                         | 1   | 0    | 0    | 0   | 1    | 1    | 0    | 0   | -1   |    |    |
| Toscana                                            | 0,8  | 8    | -1    | -24   | -5   | 10    | 9     | 6     | -3   | -4    | 4                                         | 0   | 0    | -3   | 0   | 0    | 0    | 0    | 0   | -1   |    |    |
| Marche                                             | 0,8  | -6   | 1     | 3     | -5   | 5     | -4    | 2     | -10  | 11    | 5                                         | 0   | 0    | 1    | 0   | 0    | 0    | 0    | 0   | 2    |    |    |
| Umbria                                             | 0,7  | -0   | -5    | 5     | -12  | 15    | 3     | 6     | -7   | -8    | 6                                         | -1  | -1   | 1    | -3  | 0    | 0    | 0    | -2  | -2   |    |    |
| Veneto                                             | 0,6  | -21  | 7     | 1     | 5    | -5    | -2    | 7     | 2    | 2     | 7                                         | -2  | 1    | 1    | 1   | 0    | -1   | 0    | 0   | 0    |    |    |
| Piemonte                                           | 0,6  | 8    | 4     | -8    | 11   | -3    | 2     | -13   | 21   | -28   | 8                                         | 0   | 0    | -1   | 1   | 0    | -1   | -2   | 2   | -1   |    |    |
| Valle d'Aosta                                      | 0,5  | 24   | 5     | 0     | -21  | -34   | 20    | 4     | -25  | 24    | 9                                         | 3   | 0    | 1    | -1  | -2   | 2    | 1    | -2  | 3    |    |    |
| Lombardia                                          | 0,5  | -49  | 6     | 1     | 25   | 11    | 2     | 12    | 26   | -42   | 10                                        | -2  | 0    | 0    | 2   | 1    | 0    | 1    | 1   | -2   |    |    |
| Liguria                                            | 0,4  | -23  | 8     | -3    | 0    | 8     | 13    | -7    | 15   | -17   | 11                                        | 1   | 0    | 0    | 0   | 1    | 0    | 0    | 1   | 1    |    |    |
| Abruzzo                                            | 0,2  | 24   | 15    | 19    | -12  | -23   | -1    | -77   | 3    | 52    | 12                                        | 1   | 0    | 0    | 0   | -1   | 0    | 0    | 0   | 1    |    |    |
| Lazio                                              | 0,0  | -153 | -4    | -628  | 573  | 1590  | 246   | -346  | 1459 | -2839 | 13                                        | 0   | 0    | -1   | 0   | 1    | 0    | 0    | 0   | -1   |    |    |
| Sardegna                                           | -0,2 | -16  | 33    | -82   | 3    | 11    | 18    | 6     | 80   | -59   | 14                                        | 0   | 0    | 1    | 0   | 0    | 0    | 0    | 0   | 1    |    |    |
| Basilicata                                         | -0,5 | -23  | 3     | -11   | 9    | 39    | -0    | 1     | 16   | -39   | 15                                        | 0   | 0    | 0    | 0   | -1   | 0    | 0    | 0   | 0    |    |    |
| Molise                                             | -0,7 | 3    | -3    | -17   | 7    | -12   | 7     | 9     | 29   | -27   | 16                                        | 0   | 0    | 0    | 0   | 1    | 0    | 0    | 0   | 0    |    |    |
| Calabria                                           | -1,4 | -6   | 13    | -10   | 6    | -3    | 0     | -2    | 6    | -7    | 17                                        | 0   | -1   | 0    | -1  | 0    | 0    | 0    | -1  | 0    |    |    |
| Puglia                                             | -1,4 | 6    | -5    | -11   | 4    | 3     | 7     | -1    | 2    | -8    | 18                                        | 0   | 1    | 0    | 1   | 0    | 0    | 0    | 1   | 0    |    |    |
| Sicilia                                            | -1,6 | -3   | 3     | 7     | -3   | -0    | 0     | 0     | -4   | -5    | 19                                        | 0   | 0    | 0    | 0   | 0    | 0    | 0    | 0   | 0    |    |    |
| Campania                                           | -2,3 | 1    | -5    | 9     | -5   | -2    | -3    | -2    | -8   | 12    | 20                                        | 0   | 0    | 0    | 0   | 0    | 0    | 0    | 0   | 0    |    |    |
| Percentage of regions with different level (>=10%) |      | 50   | 15    | 40    | 30   | 50    | 20    | 20    | 45   | 60    | Percentage of regions with different rank |     |      |      |     | 40   | 20   | 40   | 35  | 15   | 35 | 55 |
| whose worsening                                    |      | 50   | 33    | 25    | 50   | 50    | 25    | 75    | 56   | 50    |                                           |     |      |      |     |      |      |      |     |      |    |    |
| whose improving                                    |      | 50   | 67    | 75    | 50   | 50    | 75    | 25    | 44   | 50    |                                           |     |      |      |     |      |      |      |     |      |    |    |

Sources: Own elaboration.

50 percent. Secondly, in absolute value terms the region with the biggest improvement is Abruzzo (306 percent) and the biggest decline regards Lazio (79 percent); while in rank terms, the biggest improvement regards Marche, Veneto and Piemonte (2 ranks) and the biggest decline regards Valle d'Aosta (3 ranks).

Table 8. **COMPARISON OF THE QUARS INDEX «Q» AND PROGRESS INDEX «P»**

| Region                                                   | Q     | P     | %<br>DIFFERENCE | Q rank                                       | P rank | RANK<br>DIFFERENCE |
|----------------------------------------------------------|-------|-------|-----------------|----------------------------------------------|--------|--------------------|
| Trentino-Alto Adige                                      | 1,52  | 1,17  | -23             | 1                                            | 1      | 0                  |
| Emilia-Romagna                                           | 0,99  | 0,95  | -5              | 2                                            | 3      | -1                 |
| Friuli-Venezia Giulia                                    | 0,97  | 1,00  | 3               | 3                                            | 2      | 1                  |
| Toscana                                                  | 0,87  | 0,81  | -7              | 4                                            | 4      | 0                  |
| Umbria                                                   | 0,68  | 0,65  | -4              | 5                                            | 6      | -1                 |
| Valle d'Aosta                                            | 0,67  | 0,55  | -19             | 6                                            | 9      | -3                 |
| Marche                                                   | 0,67  | 0,77  | 15              | 7                                            | 5      | 2                  |
| Lombardia                                                | 0,59  | 0,46  | -22             | 8                                            | 10     | -2                 |
| Veneto                                                   | 0,58  | 0,64  | 11              | 9                                            | 7      | 2                  |
| Piemonte                                                 | 0,46  | 0,56  | 22              | 10                                           | 8      | 2                  |
| Liguria                                                  | 0,24  | 0,37  | 57              | 11                                           | 11     | 0                  |
| Lazio                                                    | 0,05  | 0,01  | -79             | 12                                           | 13     | -1                 |
| Abruzzo                                                  | -0,09 | 0,19  | -306            | 13                                           | 12     | 1                  |
| Sardegna                                                 | -0,27 | -0,16 | -39             | 14                                           | 14     | 0                  |
| Basilicata                                               | -0,72 | -0,54 | -25             | 15                                           | 15     | 0                  |
| Molise                                                   | -0,76 | -0,67 | -12             | 16                                           | 16     | 0                  |
| Calabria                                                 | -1,33 | -1,41 | 7               | 17                                           | 17     | 0                  |
| Puglia                                                   | -1,56 | -1,44 | -7              | 18                                           | 18     | 0                  |
| Sicilia                                                  | -1,68 | -1,61 | -4              | 19                                           | 19     | 0                  |
| Campania                                                 | -1,88 | -2,29 | 22              | 20                                           | 20     | 0                  |
| Percentage of regions<br>with different level<br>(=>10%) |       |       | 65              | Percentage of regions<br>with different rank |        | 50                 |
| whose worsening                                          |       |       | 38              |                                              |        |                    |
| whose improving                                          |       |       | 62              |                                              |        |                    |

Sources: Own elaboration.

#### 4. CONCLUSIONS

Following the Classical approach (particularly the Smithian approach), we argued that a dynamic interaction exists between civil development and economic development. First we showed the main links between these two dimensions of development. Economic development and civil development interact over time in a circular way, with different cumulative causal relations: economic development can enhance civil development through decreases in poverty, the increase of social infrastructure, competition that improves the efficiency of the production system, and the improvement of the quality of work. While civil development can increase economic development through three factors: culture, institutions and ethics. Second, we built a progress index with two properties that derive directly from our theoretical framework: multidimensionality and social sustainability. As regards multidimensionality, the progress index considers nine dimension of development: Environment, Economy & Labour, Rights & Citizenship, Gender Equity, Education & Culture, Health, Participation, Security & Legality and Innovation. Each dimension is an aggregation of various variables. Within our framework, the concept of social sustainability means imperfect substitutability of dimensions because only balanced development is socially sustainable. To introduce this concept into our index we used the concave average method of Casadio Tarabusi-Palazzi (2004) that penalizes development which is not balanced between variables. We built the index gradually by starting from the famous QUARS index, built by the Lunaria Institute for the Sbilanciamoci! Campaign to monitor the quality of life in the Italian regions. This index is composed of all the dimensions we considered except Security & Legality and Innovation and it uses a simple average.

We compared the QUARS index approach with our approach by building various intermediate progress indices. In the first analysis we compared changes in results due to differences in methodology, in the second analysis we compared changes in results due to considering additional dimensions. In the global analysis we compared changes in results due to both factors and we compared the QUARS index and our final progress index. According to the results, there are significant rank differences and absolute value differences between the QUARS index approach and our Progress index approach for Italian regions and these depend on the introduction (separately and together) of both our new dimensions (Innovation and Security & Legality) and using the concave average method. Finally, although we consider the creation of our synthetic development index a «work in progress» because of the complexity of the concept, we think that it is important to improve these empirical studies with the introduction of variables linked with innovation and with ethics and law institutions (that we have approximated with the variables related to security and legality), and socially sustainable development in terms of the imperfect substitutability of dimensions.

## REFERENCES

- CASADIO TARABUSI E. AND PALAZZI P. (2004): «An index for sustainable development», *BNL Quarterly Review*, no. 229, 185-206.
- CORNIA A. (1999): «Policy reform and income inequality», *Stiglitz Summer Research Workshop on Poverty*, Washington DC
- CORSI M. (2006): «Thinking of Sylos Labini (or Sylos Labini's Thinking)», *Review of Political Economy*, 19:4, 555-62.
- CORSI M. AND GUARINI G. (2007): «La fonction de productivité de Sylos Labini: aspects théoriques et empiriques», *Revue d'économie industrielle*, no. 118, 55-78.
- FREY B. AND STUTZER A. (2002): «What Can Economists Learn from Happiness Research?», *Journal of Economic Literature*, vol.50, June, 402-435.
- GUARINI G. (2009): «Labour productivity and technological capability: an econometric analysis on the Italian regions», in Neri Salvadori et al., *Geography, Structural Change and Economic Development: Theory and Empirics*, Edward Elgar, Cheltenham.
- LAURI A. AND PALAZZI P. (1998): «The Human Development Index: Suggested Corrections», *BNL Quarterly Review*, n.205, 193-221.
- LAYARD R. (2002): Happiness: has Social Science a Clue? Lionel Robbins Memorial Lectures 2002/3.
- LEWIS A. (1954): «Economic Development with Unlimited Supplies of Labour», *The Manchester School*, vol. 22, no. 2, 139-191.
- LUNARIA (2006): *Come si vive in Italia?Indice di Qualità Regionale dello Sviluppo*, Campagna Sbilanciamoci!
- LUNARIA (2007): *Come si vive in Italia?Indice di Qualità Regionale dello Sviluppo*, Campagna Sbilanciamoci!
- (2008): *Come si vive in Italia?Indice di Qualità Regionale dello Sviluppo*, Campagna Sbilanciamoci!
- PALAZZI P. (2004): «Lo sviluppo come fenomeno multidimensionale. Confronto fra l'ISU e un indice di sviluppo sostenibile», *Moneta e Credito*, no.227, 279-309.
- PUTNAM R. (1993): *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press, Princeton, NJ.
- RADA C. AND TAYLOR L. (2006): Structural Change, Economic Policy, and Development, *Nordic Journal of Political Economy*, vol. 32, 51-71.
- RONDINELLA T., SEGRE E, MASCHERINI M. (2009): Well-Being in Italian Regions. «Measures, Civil Society consultation and Evidence», paper presented to the Conference: *From GDP To Well-Being: Economics On The Road To Sustainability*, Ancona, 3-5 December 2009, Department of Economics, Università Politecnica delle Marche.
- SEERS D. (1969): «The Meaning of Development». *International Development Review* 11(4).
- SEN, A.K. (1999): Development as Freedom, Oxford University Press, Oxford.
- STIGLITZ J. (2003): «Globalization and growth in emerging markets and the New Economy», *Journal of Policy Modeling* 25 (2003) 505-524.
- STIGLITZ J., SEN A., FITOUSSI J.P. (2009): *Report of the commission on the measurement of economic performance et social progress*, CMEPSP.
- SUGDEN, R. AND WILSON J. R. (2005): «Economic Globalisation: Dialectics, Conceptualisation and Choice», *Contributions to Political Economy*, 24, 1-20.
- SYLOS LABINI P. (1989): «Sviluppo economico e sviluppo civile», speech delivered on June 16th 1989 at the General Assembly of the Accademia dei Lincei, *Atti dell'Accademia*, 685-95.
- (1990): «Malattie socialmente rilevanti ed evoluzione economica», *Stato e mercato*, no.30, 303-18.
- (1992): *Elementi di Dinamica Economica*, Laterza, Roma-Bari.
- (1994): «Adam Smith e l'etica», in Barca L. e S. Trento (a cura di), *L'economia della corruzione*, Laterza, Roma-Bari.
- (2000a): *Sottosviluppo: una strategia di riforme*, Laterza, Roma-Bari.
- (2000b): «I limiti della crescita», *Il Manifesto*, 5/10/2000, p.9.
- (2002a): «Sviluppo e istruzione nei paesi della fame», *Corriere della Sera*, 25/07/2002, p.33
- (2002b): «A cosa ci serve una ricerca asservita?», *Unità*, 2/11/02, p.1
- (2004): *Torniamo ai classici. Produttività del lavoro, progresso tecnico e sviluppo economico*, Laterza, Roma-Bari.

**APPENDIX: List of Variables**

|          |           | Component                | Variable                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | Data base |
|----------|-----------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| P - PROG | Q - QUARS | E - ENVIRONMENT          | 1 population density<br>2 environmental illegality<br>3 the use of fertilisers in agriculture<br>4 the quality of the air<br>5 the impact generated by mobility<br>6 protected areas<br>7 the differentiated collection<br>8 the production of energy from renewable sources<br>9 the spread of biological farming<br>10 the eco-management                                                                                                                                                                                                | LUNARIA   |
|          |           | EC - ECONOMY&LABOUR      | 11 the job insecurity<br>12 unemployment index<br>13 poverty index<br>14 GINI index                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |           |
|          |           | R - RIGHTS               | 15 the right to a home<br>16 the access to basic services<br>17 the risk of exclusion<br>18 social assistance<br>19 the social exclusion of younger generations<br>20 the inclusion level of immigrants                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |           |
|          |           | H - HEALTH               | 21 hospital migration<br>22 synthetic indicator of the innovative procedures for reducing waiting lists in the healthcare system<br>23 the satisfaction of citizens for the health services received<br>24 the proportion of the female population undergoing cancer screening<br>25 preventable death<br>26 the percentage of elder people assisted by Integrated Home Assistance                                                                                                                                                         |           |
|          |           | ED - EDUCATION           | 27 the quota of the population who have obtained a degree<br>28 the net balance of migration of university students<br>29 the quality of school structures<br>30 the average annual expenditure on theatrical and musical shows<br>31 the number of libraries for 100.000 inhabitants<br>32 population aged between 14 and 18 attending high school                                                                                                                                                                                        |           |
|          |           | GE - GENDER EQUITY       | 33 the share of women present in Regional Councils<br>34 the difference between female and male activity rates<br>35 the availability of municipal crèches<br>36 the spread of family advice over the regional territory, that have the task of supporting self determination of the woman in sexual choices                                                                                                                                                                                                                               |           |
|          |           | PA - PARTICIPATION       | 37 People aged 14 and above who have taken part in voluntary and ecological association, civil rights or peace meetings or who carried out activities free of charge for voluntary associations<br>38 the number of voluntary associations with respect to the population<br>39 the circulation of non-sporting daily newspapers<br>40 turnout at the polls.<br>41 the number of civic defenders                                                                                                                                           |           |
|          |           | I - INNOVATION           | 42 Science&Technology graduates<br>43 Productivity of labour in small and medium enterprises<br>44 R&D employees<br>45 Percent of public funding for R&D<br>46 Percent of private funding for R&D<br>47 Companies which have introduced innovative products and/or processes<br>48 Regional units which have introduced innovative products and/or processes<br>49 Average regional spending for innovation of companies<br>50 Average regional spending for innovation of regional units<br>51 Patent intensity<br>52 Innovative capacity | ISTAT     |
|          |           | SL - SECURITY & LEGALITY | 53 Criminality of minors (excluding theft)<br>54 Index of the criminality of minors<br>55 Index of diffusion of criminality (1)<br>56 Index of diffusion of criminality (2)<br>57 Organized crime index<br>58 Violent crime index<br>59 Perception of risk of crime by families in the area they live<br>60 Capacity to offer regular work (irregular labour index)<br>61 Microcriminality index in the cities (1)<br>62 Microcriminality index in the cities (2)                                                                          |           |

---

# *La apertura exterior de las provincias vascas: Una visión amplia desde el comercio intra, interregional e internacional de bienes*

En este artículo se analiza la evolución del comercio de bienes del País Vasco a lo largo del periodo 1995-2008, teniendo en cuenta los flujos internacionales, interregionales e intrarregionales. El análisis está basado principalmente en las cifras de la base de datos C-intereg, y ofrece un análisis inédito acerca de la estructura y evolución del comercio vasco utilizando datos sobre comercio interprovincial. Este análisis ofrece una visión completa de las fortalezas y debilidades de la economía del País Vasco en función de la competitividad comercial frente al resto de España y del resto del mundo, así como una interesante descomposición de los flujos interprovinciales dentro de la propia comunidad autónoma.

*Artikulu honetan Euskal Autonomia Erkidegoko ondasunen merkataritzak 1995-2008 aldian izan duen bilakaera aztertu da, nazioarteko, eskualdeen arteko eta eskualde barruko fluxuak kontuan hartuta. Azterketa, batez ere, C-intereg datu-baseko kopuruetan dago oinarrituta, eta azterketa berria egiten da euskal merkataritzaren egitura eta bilakaerari buruz, probintzien arteko merkataritzari buruzko datuak erabiliz. Bada, Espainiako eta Munduko gainerako herriekin alderatuta, EAEk lehiakortasunaren eremuan duen egoeraren indar eta ahulezien gaineko ikuskerazabala eskaintzen du azterketak, baita autonomia-erkidegoaren barruko probintzien arteko fluxuen banaketa interesgarria ere.*

This article examines the evolution of trade in goods of the Basque Country over the period 1995-2008, taking into account international, interregional and intrarregional flows. The analysis is based mainly on the C-intereg database, and offers an unprecedented analysis of the structure and evolution of the Basque trade of goods using interprovincial trade data. This analysis provides a comprehensive view of the strengths and weaknesses of the situation of the Basque Country in terms of commercial competitiveness against the rest of Spain and the rest of the world, as well as an interesting breakdown of the bilateral flows within the Basque Country itself.

## Índice

---

369

1. Introducción
2. La base de datos C-Intereg sobre comercio de bienes
3. El comercio interregional de bienes en el País Vasco
4. Conclusión

### Referencias bibliográficas

Palabras clave: comercio interregional, flujos de transporte, balanzas de pagos regionales, matrices origen-destino.

Keywords: interregional trade, transport flows, regional balance of payments, origin-destination matrices.

N.º de clasificación JEL: R12, F14, F15.

---

## 1. INTRODUCCIÓN

Tal y como han explicado diferentes autores (Porter, 1990; Krugman, 1994; Kitson *et al.* 2004), durante muchos años el concepto de *competitividad* ha estado ligado a las ideas clásicas de ventaja absoluta y comparativa. Posteriormente, este concepto se ha enriquecido, incorporando nociones relacionadas con la innovación y el esfuerzo de I+D+i, la presencia de economías de escala (aglomeración, alcance y densidad), con el efecto del capital humano y otros intangibles o con las ventajas derivadas de las fuerzas de localización en relación con los costes de transporte y de información. A pesar de este proceso de enriquecimiento en el plano de la naturaleza del concepto, no es difícil encontrar usos incompletos de dicho concepto en relación

---

\* Agradecimientos: este artículo ha sido desarrollado en el marco de varios proyectos de investigación financiados con fondos públicos de diversas administraciones públicas nacionales y autonómicas. Queremos agradecer expresamente su apoyo y financiación: Proyecto C-interreg ([www.c-interreg.es](http://www.c-interreg.es)), financiado por 10 Comunidades Autónomas, entre las que se encuentra el Gobierno Vasco; el Programa TransporTrade (S2007/HUM/497), financiado por el Departamento de Educación de la Comunidad Autónoma de Madrid ([www.uam.es/transportrade](http://www.uam.es/transportrade)); Y el proyecto (ECO2010-21643) del Ministerio de Innovación y Tecnología. También queremos agradecer la colaboración de todas las instituciones que han aportado las estadísticas de base necesarias para la realización de estos proyectos. El presente artículo sólo recoge la opinión personal de los autores, sin que pueda ser atribuida a ninguna de las instituciones que financian estos proyectos. Por último los autores agradecen las valiosas aportaciones efectuadas por los evaluadores anónimos en el proceso de revisión del artículo.

con la unidad territorial de referencia, trasladando al plano regional o urbano, los mismos esquemas e indicadores que se usan en los análisis de países. Así por ejemplo, numerosos estudios sobre competitividad regional acaban centrando su atención sobre la evolución de las exportaciones internacionales de bienes, olvidando que, habitualmente, más del 70% de la actividad económica se genera en el sector servicios y que más del 80% de la producción de bienes tiene como destino la propia región y el resto del mercado nacional. Más aun, en aquellos pocos casos en donde se tienen en cuenta los intercambios comerciales con el mercado nacional, en muy pocas ocasiones se tiene en consideración lo que ocurre dentro del mercado intra-regional, o los intercambios específicos (bilaterales) usando una unidad espacial representativa y homogénea como puedan ser las provincias. Este hecho, motivado en muchos casos por la falta de datos, puede llevar en no pocas ocasiones a una visión deformada de los puntos fuertes y débiles de una economía regional, y a la adopción de políticas poco apropiadas para apoyar e impulsar la competitividad de la propia economía precisamente en los mercados más accesibles, donde habitualmente supuestamente se dispone de unas cuotas de mercado más abultadas y estables.

En líneas con estas reflexiones, algunos trabajos han analizado la apertura comercial de las comunidades autónomas españolas desde una óptica amplia que combina el comercio interregional e internacional. Entre ellas, cabría destacar las estimaciones del comercio agregado obtenido como residuo de la confrontación de los empleos y recursos a nivel regional y provincial (Alcaide y Alcaide, 2005), o las estimación del comercio bilateral generadas en el marco de balanzas de pagos regionales para comunidades específicas (Oliver, 1997; Parellada, 1980 y 82, Castells y Parellada, 1983; Mella *et al.*, 2003, 2001) o para el conjunto del país (Llano, 2001; Llano, 2004a, Oliver *et al.*, 2003). En el marco del Proyecto C-intereg ([www.c-intereg.es](http://www.c-intereg.es)), se ha publicado la base de datos más amplia sobre comercio interregional estimada en España hasta el momento. A partir de esta base de datos, se han publicado algunos artículos recientes que han permitido analizar la estructura y dinámica del comercio intra e interregional de todas y cada una de las comunidades autónomas en la última década. Así por ejemplo, en (Llano *et al.*, 2008, 2010) se ofrecía una descripción detallada de la metodología de estimación de la base de datos, así como un somero análisis de los principales resultados para el conjunto de España. También a partir de la misma base de datos, Requena y Llano (2010) han analizado con un mayor detalle la apertura del conjunto de las regiones poniéndolo en relación a la literatura internacional sobre el efecto frontera. Desde una perspectiva similar, Ghemawat *et al.* (2010) y Llano y Díaz-Lanchas (2010) han analizado los flujos de Cataluña con todos los mercados, llamando la atención sobre la importancia de no perder de vista el enorme volumen de intercambios que dicha comunidad mantiene con el resto de España. Para el caso particular del País Vasco, existen varias publicaciones relevantes que han analizado la estructura geográfica del comercio interregional e internacional de bienes en el marco de la literatura sobre «efecto frontera» (Minondo, 2003; Gil *et al.*, 2005, 2006; Requena y Llano, 2010), si bien en ninguno de ellos se utilizaba información sobre flujos bilaterales al nivel provincial dentro de España.

En este contexto, el presente artículo pretende dar un paso más para el caso del País Vasco, analizando la evolución reciente del comercio de bienes, teniendo en cuenta no ya sólo los flujos internacionales, interregionales e intrarregionales, sino también los intercambios específicos al nivel provincial. De esta manera, aprovechando una de las dimensiones más interesantes e inexploradas de la base de datos C-interreg, la de los flujos interprovinciales, se ofrece una radiografía inédita de la estructura territorial del comercio que las provincias vascas mantienen con el resto de las provincias españolas, así como entre cada una de ellas. Con ello se arroja nueva luz sobre la intensidad, dirección y estabilidad de los flujos bilaterales de cada una de las provincias con áreas espaciales más homogéneas en términos de tamaño y naturaleza económica, a la vez que se abre la caja negra de las relaciones comerciales entre las tres provincias vascas. Como consecuencia, daremos un primer paso para identificar tendencias relevantes para conocer el posicionamiento de los productos de cada provincia en los principales mercados, superando las categorías rígidas habituales entre comercio internacional e interior. Adicionalmente, la relevancia de este análisis de competitividad comercial, tomará matices propios para una Comunidad Autónoma como la vasca, cuyo sistema fiscal específico, contempla fórmulas de ajustes por impuestos indirectos vinculados al comercio internacional e interregional de cada diputación foral. Para asegurar una cierta estabilidad de los datos estructurales utilizados, y para evitar distorsiones inducidas por la reciente crisis económica, el análisis se centrará en el periodo 1995-2008.

El resto del artículo se estructura en tres secciones: en la primera se repasa muy brevemente las características de la base de datos utilizada y sus antecedentes; en la segunda se analizan los principales hechos estilizados observados acerca del comercio interregional de bienes en España, para posteriormente estudiar en profundidad los patrones del comercio vasco, haciendo en todo momento un especial énfasis a los flujos al nivel provincial; finalmente, la tercera sección recoge unas breves conclusiones y reflexiones de carácter económico y normativo.

## 2. LA BASE DE DATOS C-INTEREG SOBRE COMERCIO DE BIENES

Según se ha apuntado, el presente trabajo se basa fundamentalmente en la información sobre comercio internacional e interregional aportada por la base de datos C-interreg. Ésta contiene flujos de comercio intra e interregional de bienes para el periodo 1995-2008<sup>1</sup>, con especificación de la comunidad autónoma y provincia de origen y

<sup>1</sup> Los datos relativos al periodo 1995-2008 proceden de la base de datos anual y cuenta con información completa por ramas, flujos bilaterales y modos de transporte. Los datos anuales de 2007 son considerados como «provisionales», y los del 2008 como «avance» al estar sujetos a las modificaciones correspondientes de las fuentes de información de base como la Contabilidad Regional del INE.

destino, detalle de 16 ramas productivas y 6 modos de transporte (carretera, ferrocarril, barco, avión, red eléctrica y oleoducto), tanto en toneladas como en euros.

Tal y como se detalla en dos artículos precedentes, (Llano *et al.*, 2008, 2010), el método de estimación de esta base de datos parte de la información estadística disponible sobre flujos de mercancías a nivel bilateral provincial, según los diferentes modos de transporte. Paralelamente, se han estimado 52 vectores de precios (uno para cada provincia de origen de los flujos) atendiendo a la información proporcionada por otras fuentes tales como el Comercio exterior de Aduanas, la Encuesta Industrial de Productos del INE, y otras bases relativas a los precios agrícolas e industriales. Mediante la combinación de las bases de datos de movimientos de mercancías y precios de exportación, se obtiene una amplísima colección de matrices de flujos comerciales bilaterales (valoradas en euros corrientes), para cada año, categoría de producto y modo de transporte. Posteriormente, las matrices origen-destino han sido agregadas según una desagregación máxima común (R30 y R16), que ha permitido ajustes adicionales con otras fuentes oficiales como la Encuesta Industrial de Empresas, la Contabilidad Nacional del INE o las cifras de comercio internacional de la AEAT. De esta manera se evitan problemas de doble contabilización de flujos internacionales en tránsito o de movimientos de mercancías que no dan lugar a verdaderas transacciones económicas.

### 3. EL COMERCIO INTERREGIONAL DE BIENES EN EL PAÍS VASCO

En este apartado se analiza la estructura y evolución del comercio de bienes del País Vasco en todos los mercados. Para ello, comenzamos con un análisis general del comercio para el conjunto de comunidades autónomas durante el período 1995-2008. Este apartado servirá de contexto para analizar en detalle el caso específico del País Vasco y de cada una de sus provincias.

#### 3.1. El comercio interregional de bienes para el conjunto de España

Tal y como fue recogido en Llano *et al.* (2008), los principales resultados obtenidos en relación al comercio interregional de bienes de C-interreg, confirman el mayor peso relativo del comercio interior de bienes frente al internacional. Esta estructura, coherente con lo observado en otros trabajos de carácter nacional e internacional, se repite durante todo el periodo disponible (1995-2008). Adicionalmente, en todas las comunidades y años (con la excepción de Canarias y Baleares) el comercio interregional supera al intrarregional.

Los mayores volúmenes de comercio interior (intra e interregional) se producen en aquellas comunidades que combinan una gran extensión geográfica, con una importante concentración de población y actividad productiva. Como en otros trabajos multi-regionales precedentes (Llano, 2001, 2004; Oliver, 2003), en términos absolutos, Ca-

taluña lidera el comercio interior de bienes, seguida de la Comunidad de Madrid y Andalucía. El ranking por el lado de las importaciones es similar, aunque las diferencias entre las comunidades son menores. A lo largo del periodo, el saldo de seis comunidades es positivo en sus relaciones con el resto de España, destacando el abultado superávit de Cataluña y, en menor medida el de Galicia, el País Vasco, Andalucía, Asturias y Navarra. Así mismo, algunas comunidades tienden a presentar signos contrarios en sus relaciones comerciales con el resto de España y con el extranjero. Cataluña, registra un fuerte superávit comercial con el resto de España y un gran déficit con el resto del mundo. Las únicas comunidades que obtienen saldos positivos en ambos mercados (en media del periodo) son precisamente el País Vasco y, en menor medida, Navarra.

**Cuadro n.º 1. DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DEL COMERCIO REGIONAL.**  
(Millones de euros)

Total bienes, R1-R16.

| PROMEDIO<br>1995-2008 | Propia<br>CCAA | EXPORTA A      |                | IMPORTA DE     |                | SALDO     |                | TASA<br>APERTURA*      |
|-----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------|----------------|------------------------|
|                       |                | ESPAÑA         | MUNDO          | ESPAÑA         | MUNDO          | ESPAÑA    | MUNDO          |                        |
|                       | (1)            | (2)            | (3)            | (4)            | (5)            | (6)=(2-4) | (7)=(3-5)      | (2+3+4+5) /<br>(1+2+3) |
| Andalucía             | 18.981         | 21.257         | 11.159         | 20.225         | 13.540         | 1.032     | -2.382         | 128,8%                 |
| Aragón                | 5.513          | 11.680         | 6.073          | 14.781         | 5.775          | -3.102    | 297            | 164,7%                 |
| Asturias              | 4.005          | 6.067          | 2.007          | 5.878          | 2.451          | 189       | -443           | 135,8%                 |
| Baleares              | 2.193          | 784            | 983            | 4.980          | 1.610          | -4.196    | -627           | 211,0%                 |
| Canarias              | 4.306          | 1.961          | 942            | 8.214          | 3.692          | -6.253    | -2.750         | 205,4%                 |
| Cantabria             | 1.576          | 3.446          | 1.495          | 4.364          | 1.706          | -918      | -212           | 169,0%                 |
| Castilla y León       | 10.590         | 16.594         | 7.724          | 18.699         | 7.630          | -2.105    | 94             | 145,1%                 |
| Castilla-La Mancha    | 4.666          | 13.263         | 2.109          | 13.705         | 3.988          | -442      | -1.879         | 165,0%                 |
| Cataluña              | 42.059         | 43.210         | 35.036         | 24.926         | 51.763         | 18.284    | -16.728        | 128,8%                 |
| Comunidad Valenciana  | 17.595         | 20.601         | 15.413         | 23.214         | 14.294         | -2.613    | 1.119          | 137,1%                 |
| Extremadura           | 2.025          | 2.883          | 837            | 5.381          | 546            | -2.497    | 291            | 167,9%                 |
| Galicia               | 10.037         | 11.980         | 9.345          | 8.726          | 9.754          | 3.254     | -410           | 126,9%                 |
| Comunidad de Madrid   | 13.568         | 25.386         | 14.011         | 26.719         | 41.775         | -1.332    | -27.764        | 203,7%                 |
| Región de Murcia      | 3.525          | 7.145          | 3.332          | 7.869          | 4.911          | -725      | -1.579         | 166,1%                 |
| Navarra               | 2.780          | 7.277          | 4.528          | 7.184          | 3.722          | 93        | 806            | 155,7%                 |
| País Vasco            | 11.980         | 18.352         | 12.234         | 15.553         | 11.212         | 2.799     | 1.022          | 134,7%                 |
| La Rioja              | 878            | 3.025          | 860            | 3.507          | 660            | -482      | 200            | 169,1%                 |
| Ceuta y Melilla       | 37             | 19             | 51             | 1.005          | 348            | -986      | -297           | 1.335,6%               |
| <b>Total</b>          | <b>156.314</b> | <b>214.929</b> | <b>128.138</b> | <b>214.929</b> | <b>179.378</b> | <b>0</b>  | <b>-51.240</b> |                        |

Fuente: Comercio interregional procedente de la Base de Datos C-interreg; Comercio internacional de AEAT y DataComex.

\* Tasa de apertura: Ante la ausencia de cifras de servicios se ha preferido seguir este cálculo y no el habitual (X+M)/PIB.

Adicionalmente, resulta incesante comprobar cómo, a pesar del mayor peso específico del comercio interior, el crecimiento del comercio internacional entre 1995-2008 ha sido más elevado, observándose un mayor dinamismo en las importaciones (224,8%) y exportaciones internacionales (174,77%), frente al comercio interregional (97,3%) e intrarregional (105,01%)<sup>2</sup>. Como colofón de esta visión de conjunto de la apertura comercial de las comunidades autónomas, resulta interesante recordar los apuntado en Llano *et al.* (2008), acerca de la importante concentración del comercio en un número reducido de ramas: R3-Industria agroalimentaria, R11-Metalurgia, R2-Industrias extractivas, coquerías, refino y combustibles nucleares, R14-Industria de Material del Transporte, R8-Industria Química; R16-Producción y distribución de energía, gas y agua y R1-Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca.

### 3.2. Análisis de la estructura y evolución del comercio del País Vasco

Un primer análisis de los flujos comerciales del País Vasco pone de manifiesto el importante peso relativo que representa la comunidad en términos de volumen total de comercio de bienes en sus intercambios con todos los mercados, así como el signo positivo registrado en todos ellos (datos medios del periodo 1995-2008). Por ejemplo, si atendemos a lo recogido en el cuadro nº 1, el País Vasco ocupa la quinta posición en términos de volumen total de comercio intrarregional, exportaciones y importaciones interregionales así como en las exportaciones internacionales. Sin embargo, en términos de importaciones internacionales su importancia relativa con datos medios del periodo asciende a la cuarta posición, superando a Andalucía.

Adicionalmente, resulta interesante atender a la evolución temporal de las distintas series de comercio a lo largo del periodo 1995-2008. Tal y como nos muestra el cuadro nº 2, como ya ocurre para el conjunto del país, las series más dinámicas son las importaciones y exportaciones internacionales, que crecen un 245% y un 222% respectivamente en los catorce años considerados, con tasas superiores a las nacionales. Por el contrario, las exportaciones e importaciones interregionales crecieron al 106% y al 85% respectivamente. Tomando los datos extremos del periodo (1995 y 2008), el saldo comercial internacional estaría reduciendo su posición supravitaria en 21 puntos ( $106\%-85\%= 12$  puntos porcentuales). Finalmente, es interesante remarcar que el comercio intrarregional de la comunidad creció un 183% en el periodo 1995-2008, registrando un crecimiento muy superior al de este tipo de flujos en el conjunto de España, e incluso superior al de las exportaciones interregionales. En conclusión, es necesario destacar cómo, durante el periodo analizado, el País Vasco ha sido capaz de ganar competitividad en el mercado nacional manteniendo una buena posición en el internacional y un muy fuerte crecimiento del comercio dentro de la propia región.

<sup>2</sup> Cifras referidas al comercio nacional agregado y calculadas de acuerdo a la variación de cada tipo de flujo entre los años 1995 y 2008.

**Cuadro n.º 2. DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DEL COMERCIO DEL PAÍS VASCO POR PROVINCIAS. (Millones de euros)\*\***

Total bienes, R1-R16.

| PERÍODO                        | REGIÓN       | PROPIA  | EXPORTA A |         | IMPORTA DE |         | SALDO     |           | TASA*<br>APERTURA |
|--------------------------------|--------------|---------|-----------|---------|------------|---------|-----------|-----------|-------------------|
|                                |              | REGIÓN  | ESPAÑA    | MUNDO   | ESPAÑA     | MUNDO   | ESPAÑA    | MUNDO     |                   |
|                                |              | (1)     | (2)       | (3)     | (4)        | (5)     | (6)=(2-4) | (7)=(3-5) |                   |
| 1995                           | Álava        | 362     | 2.774     | 1.594   | 2.471      | 1.136   | 303       | 458       | 168,6%            |
|                                | Gipuzkoa     | 1.653   | 4.917     | 2.152   | 3.932      | 1.653   | 985       | 499       | 145,1%            |
|                                | Bizkaia      | 2.485   | 6.280     | 2.472   | 6.603      | 2.989   | -323      | -517      | 163,2%            |
|                                | País Vasco   | 6.660   | 11.811    | 6.218   | 10.845     | 5.778   | 966       | 440       | 140,4%            |
|                                | Total España | 104.628 | 143.814   | 68.645  | 143.814    | 85.946  | 0         | -17.301   | 139,5%            |
| 2000                           | Álava        | 334     | 4.914     | 3.458   | 4.255      | 2.221   | 659       | 1.237     | 170,5%            |
|                                | Gipuzkoa     | 2.067   | 6.629     | 3.726   | 6.173      | 2.550   | 456       | 1.176     | 153,6%            |
|                                | Bizkaia      | 4.337   | 7.811     | 4.439   | 8.049      | 5.544   | -239      | -1.106    | 155,8%            |
|                                | País Vasco   | 10.198  | 15.894    | 11.623  | 15.017     | 10.316  | 876       | 1.308     | 140,1%            |
|                                | Total España | 140.589 | 208.185   | 122.296 | 208.185    | 169.041 | 0         | -46.745   | 150,2%            |
| 2008                           | Álava        | 1.469   | 7.929     | 5.299   | 5.808      | 3.172   | 2.121     | 2.127     | 151,1%            |
|                                | Gipuzkoa     | 2.847   | 8.562     | 6.672   | 8.494      | 3.935   | 68        | 2.737     | 153,0%            |
|                                | Bizkaia      | 9.482   | 12.871    | 8.066   | 10.808     | 12.856  | 2.064     | -4.789    | 146,6%            |
|                                | País Vasco   | 18.835  | 24.326    | 20.037  | 20.074     | 19.962  | 4.252     | 74        | 133,5%            |
|                                | Total España | 214.502 | 283.855   | 187.545 | 283.855    | 280.195 | 0         | -92.650   | 151,0%            |
| Tasas de Crecimiento 1995-2008 | Álava        | 306%    | 186%      | 232%    | 135%       | 179%    | 599%      | 364%      | 151,1%            |
|                                | Gipuzkoa     | 72%     | 74%       | 210%    | 116%       | 138%    | -93%      | 449%      | 153,0%            |
|                                | Bizkaia      | 282%    | 105%      | 226%    | 64%        | 330%    | 739%      | -826%     | 146,6%            |
|                                | País Vasco   | 183%    | 106%      | 222%    | 85%        | 245%    | 340%      | -83%      | 133,5%            |
|                                | Total España | 105%    | 97%       | 173%    | 97%        | 226%    | -         | -436%     | 151,0%            |

Fuente: Comercio interregional procedente de la Base de Datos C-intereg; Comercio internacional de AEAT y DataComex.

\*Tasa de apertura: Ante la ausencia de cifras de servicios se ha preferido seguir este cálculo y no el habitual  $(X+M)/PIB$ .

\*\* Nota importante: el comercio intra-provincial dentro de una Comunidad no coincide con el comercio intra-autonómico de esa comunidad. Lo mismo se puede decir en relación a la suma del comercio inter-provincial y el inter-autonómico. En esta tabla se recoge el reparto provincial del comercio autonómico. Por tanto, en el dato provincial de exportaciones o importaciones interregionales no se está incluyendo las ventas/compras a otras provincias vascas.

Entrando en la descomposición provincial del comercio del País Vasco<sup>3</sup>, resulta interesante atender de forma separada a los niveles y a la evolución reciente. En términos absolutos, los mayores niveles de comercio en todos los mercados corresponden a Bizkaia, seguido de Gipuzkoa y Álava. Sin embargo, desde el punto de vista del crecimiento, es precisamente Álava la provincia que experimenta los mayores creci-

<sup>3</sup> A lo largo del presente artículo, es importante tener en cuenta que la suma del comercio intra-provincial dentro de una Comunidad multiprovincial no coincide con el comercio intraautonómico de esa comunidad. Lo mismo se puede decir en relación a la suma del comercio interprovincial y el interautonómico. El comercio generado por una provincia se divide en comercio internacional e interior. Éste, se divide en comercio intraprovincial + interprovincial con destino al resto de provincias de su comunidad + interprovincial con destino al resto de comunidades. El comercio intraautonómico de una comunidad multiprovincial será la suma del comercio intra-provincial y del interprovincial dentro de la comunidad.

mientos, tanto en los flujos comerciales con las provincias del resto de comunidades autónomas (186%), como consigo misma (306%). Esta evolución apuntaría hacia un posible proceso de convergencia en cuanto al nivel de industrialización y actividad comercial de esta última provincia frente a los dos polos industriales clásicos de la comunidad. Resulta interesante por tanto, que al descomponer provincialmente la dinámica del comercio vasco, se observe precisamente que es la provincia vasca de menor peso específico a nivel industrial (en términos del PIB), la que ha aportado un mayor dinamismo al comercio interregional agregado de la comunidad. Junto a este menor PIB tamaño absoluto, también es conveniente considerar que Álava es la provincia vasca con mayor renta per cápita. Por un lado, este hecho podría inducir mayores niveles de compra dentro y fuera de la provincia, aunque también podría estar recogiendo mayores niveles de productividad aparente del trabajo, y por ello, de competitividad y dinamismo exterior. Lógicamente este punto requiere un análisis más profundo que tenga en cuenta la peculiar composición sectorial y presencia de grandes multinacionales en cada una de las provincias. No obstante, resulta conveniente recordar que frente a este mayor dinamismo de la provincia más rica, la dinámica general observada en el conjunto del comercio interregional español a nivel autonómico, ha encontrado un mayor crecimiento de las exportaciones interregionales de las comunidades de menor renta per cápita, con la excepción de Navarra y el País Vasco (Llano *et al.*, 2008 y 2010).

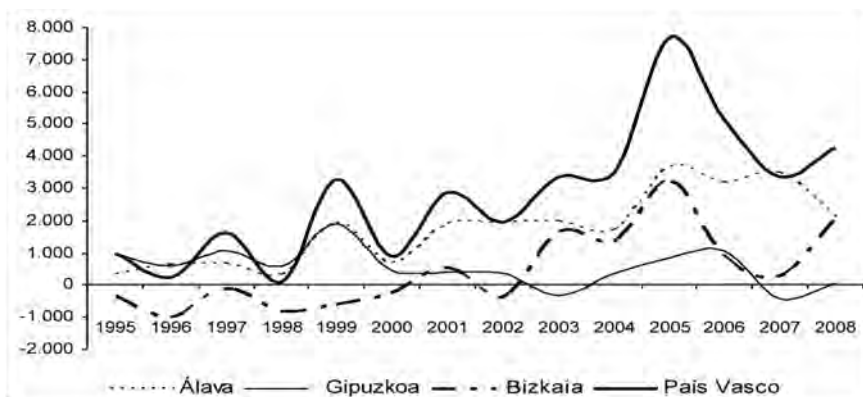
Por su lado, el comercio internacional ha mostrado una considerable fortaleza, registrando fuertes tasas de crecimiento y volúmenes muy importantes. Como consecuencia, aunque la intensidad del comercio con el resto de España sigue siendo la más importante, el empuje del comercio internacional se traduce en uno de los niveles de apertura internacional más importantes de España, con una proliferación muy amplia de orígenes y destinos internacionales en el ranking de principales clientes y proveedores de la comunidad (ver cuadro nº 5). Este dinamismo es especialmente relevante en Bizkaia, donde según los datos del cuadro nº 2, las exportaciones internacionales habrían crecido en un 226% mientras que las interregionales lo habrían hecho en un 105%

Atendiendo al comportamiento de los saldos, tanto Álava como Gipuzkoa presentan saldos positivos en todos los mercados y años. Por el contrario, Bizkaia se conforma como la principal provincia importadora del extranjero, a la vez que se presenta como la provincia con el mayor saldo positivo en el comercio interregional. Esta bipolaridad en los saldos de Bizkaia, recuerda a lo observado para el caso de Cataluña (Díaz-Lanchas y Llano, 2010; Ghemawat *et al.*, 2010) y encaja con el perfil de región *hub*, que actuaría como puerta de entrada de productos extranjeros que, una vez transformados, serían distribuidos dentro de la Península Ibérica. Este comportamiento tan singular, vinculado a la importancia de la industria de bienes de equipo vizcaína y a la importancia relativa del puerto de Bilbao, constituye una clave básica para el correcto análisis de la competitividad de dicha provincia y del conjunto

de la comunidad. Por su parte, Gipuzkoa pese a no mostrar un saldo interregional significativo, presenta habitualmente el saldo comercial positivo con el resto del mundo más elevado de todas las provincias vascas. Con la intención de ahondar en la evolución del comercio interregional del País Vasco, el gráfico nº 1 refleja el saldo de cada provincia vasca en contraposición con el de la Comunidad Autónoma en su conjunto para el período 1995-2008. En él se pueden apreciar los importantes saldos interregionales de Álava y Bizkaia, el primero de éstos por reflejar una tendencia creciente muy marcada desde el año 1999, y el segundo caracterizado por una mayor volatilidad. Gipuzkoa, por el contrario, no llega a mostrar cifras relevantes, contribuyendo muy levemente al saldo positivo del conjunto del País Vasco.

Gráfico n.º 1. **EVOLUCIÓN DEL SALDO INTERREGIONAL E INTERPROVINCIAL SEGÚN PROVINCIAS.** (Millones de euros)

Total de Bienes R1-R16.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de C-intereg.

Nota importante: en este gráfico, los saldos interregionales de cada provincia incluyen el comercio que cada provincia mantiene con las otras provincias vascas.

### 3.3. Análisis sectorial

El cuadro nº 3 muestra la estructura sectorial del comercio interregional e internacional en términos medios para el período 1995-2008, con especificación de los saldos obtenidos por el País Vasco en el mercado interregional e internacional.

Así, respecto al saldo del comercio interregional (columna nº 6), resalta el superávit mostrado por varias de las ramas de actividad, destacando en particular la industria extractiva (R2) del caucho (R9) y muy especialmente la metalurgia (R11) y el sector de fabricación de maquinaria (R12), como principales fuentes de ingresos. Por su parte, el resto de sectores presentan balanzas levemente superavitarias o incluso con marcados déficits (R3, R8 y R16). Sin embargo, estos saldos negativos poseen un menor peso que los positivos, dando lugar a una balanza interregional total positiva (2.799 Mills. €).

**Cuadro n.º 3. DISTRIBUCIÓN SECTORIAL DEL COMERCIO INTERREGIONAL DEL PAÍS VASCO. DATOS MEDIOS 1995-2008.** (Millones de euros)

Todos los bienes, R1-R16.

| PROMEDIO<br>1995-2008                                       | Propia<br>CCAA | EXPORTA A     |                 | IMPORTA DE    |                 | SALDO        |                | TASA<br>APERTURA*      |
|-------------------------------------------------------------|----------------|---------------|-----------------|---------------|-----------------|--------------|----------------|------------------------|
|                                                             |                | ESPAÑA        | MUNDO           | ESPAÑA        | MUNDO           | ESPAÑA       | MUNDO          |                        |
|                                                             | (1)            | (2)           | (3)             | (4)           | (5)             | (6)=(2-4)    | (7)=(3-5)      | (2+3+4+5) /<br>(1+2+3) |
| R1-Agricultura,<br>silvicultura y pesca                     | 536            | 455           | 22              | 491           | 180             | -36          | -159           | 122,8%                 |
| R2-Industrias<br>extractivas                                | 794            | 1.027         | 695             | 716           | 2.850           | 311          | -2.155         | 199,0%                 |
| R3-Industria<br>Agroalimentaria                             | 741            | 1.711         | 389             | 2.029         | 588             | -318         | -199           | 167,4%                 |
| R4-Industria textil                                         | 28             | 92            | 94              | 235           | 126             | -143         | -32            | 261,9%                 |
| R5-Industria del cuero                                      | 16             | 55            | 41              | 84            | 168             | -29          | -127           | 353,3%                 |
| R6-Industria<br>de la madera                                | 217            | 262           | 35              | 235           | 102             | 27           | -67            | 123,9%                 |
| R7-Industria del papel                                      | 424            | 850           | 347             | 764           | 237             | 86           | 110            | 135,8%                 |
| R8-Industria química                                        | 230            | 1.172         | 331             | 1.611         | 484             | -439         | -153           | 209,6%                 |
| R9-Industria del caucho                                     | 319            | 1.425         | 857             | 712           | 509             | 714          | 348            | 136,3%                 |
| R10-Industria de<br>productos mineros                       | 489            | 385           | 235             | 503           | 116             | -118         | 119            | 113,2%                 |
| R11-Metalurgia<br>y fabricación de pro-<br>ductos metálicos | 3.664          | 5.404         | 3.072           | 3.349         | 2.236           | 2.055        | 836            | 114,8%                 |
| R12-Fabricación<br>de maquinaria y equipo<br>mecánico       | 799            | 2.013         | 1.966           | 521           | 1.147           | 1.492        | 819            | 118,4%                 |
| R13-Material y equipo<br>eléctrico                          | 471            | 853           | 817             | 894           | 689             | -41          | 128            | 155,1%                 |
| R14-Fabricación<br>de material<br>de transporte             | 367            | 2.058         | 2.757           | 2.110         | 920             | -52          | 1.837          | 156,1%                 |
| R15-Industrias diversas                                     | 241            | 366           | 401             | 192           | 801             | 174          | -400           | 179,2%                 |
| R16-Industria<br>energética                                 | 2.644          | 224           | -               | 1.109         | -               | -885         | -              | 52,9%                  |
| <b>TOTAL</b>                                                | <b>11.980</b>  | <b>18.352</b> | <b>12.234**</b> | <b>15.553</b> | <b>11.212**</b> | <b>2.799</b> | <b>1.022**</b> | <b>135,3%</b>          |

Fuente: Base de Datos C-intereg y AEAT.

\* Tasa de apertura: Ante la ausencia de cifras de servicios se ha preferido seguir este cálculo y no el habitual  $(X+M)/\text{PIB}$ .

\*\* Las cifras totales referidas al comercio internacional no corresponden exactamente a la suma de las cifras para cada una de las ramas individuales, sino que corresponden a los totales del cuadro n.º 1, debido a la existencia de datos no desagregados sectorialmente por parte de AEAT.

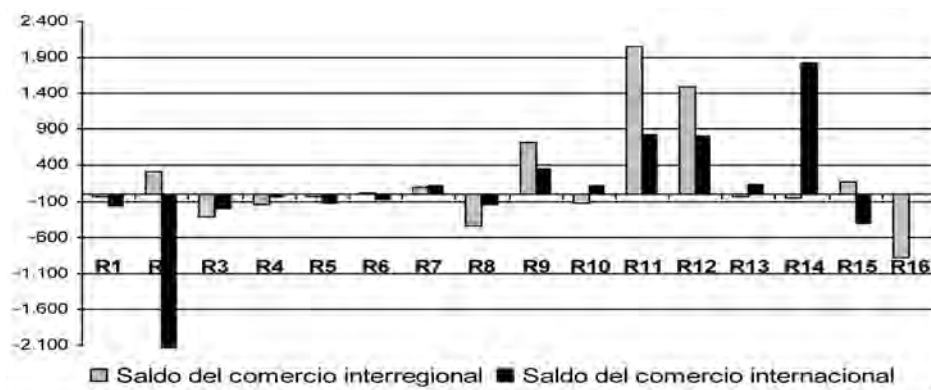
La situación en cuanto al comercio internacional (columna nº 7) cambia sustancialmente. Por un lado, encontramos abultados déficits (R2, y R15), acompañados de otros menores pero con cierta relevancia (R3 y R8). Además, resalta el empeoramiento de varias ramas de actividad (R2, R1 y R5) a nivel internacional respecto de los resultados obtenidos dentro de los flujos internos españoles. Por el contrario, la metalurgia (R11), y los sectores de fabricación de maquinaria (R12) y de material de transporte (R14), permiten la entrada neta de recursos en la región, lo que ha llevado a un saldo comercial positivo medio a lo largo del periodo de 1.022 Mills.€.

Por último, destacar el peso alcanzado, en términos de volumen, por el comercio intrarregional, especialmente en actividades tales como la metalurgia (R11), la industria de fabricación de maquinaria y equipo mecánico (R12), la industria extractiva (R2) y la producción energética (R16). Estos resultados confirman la importancia de las economías de aglomeración generadas en la comunidad autónoma a través de los múltiples clusters industriales existentes, que potencian un elevado nivel de intercambios comerciales entre sectores dentro de la propia comunidad. Como veremos en breve, estas economías de aglomeración estarían también promoviendo un fuerte comercio interprovincial con Navarra, Burgos, Cantabria y otras provincias vecinas.

El gráfico nº 2 ilustra con mayor claridad lo comentado hasta el momento acerca del saldo comercial de cada uno de los sectores productivos vascos. En él se apre-

**Gráfico n.º 2. SALDO DEL COMERCIO INTERNACIONAL E INTERREGIONAL DEL PAÍS VASCO. Media 1995-2008.** (Millones de euros)

Todos los bienes, R1-R16.



Fuente: Comercio interregional procedente de la Base de Datos C-intereg; Comercio internacional de AEAT.

Nota: R1-Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; R2-Industrias extractivas, coquerías, refino y combustibles nucleares; R3-Industria agroalimentaria; R4-Industria textil y confección; R5-Industria del cuero y del calzado; R6-Industria de la madera y del corcho; R7-Industria del papel, edición y artes plásticas; R8-Industria química; R9-industria del caucho y materias plásticas; R10-Industrias de productos minerales no metálicos; R11-Metalurgia y fabricación de productos metálicos; R12-Fabricación de maquinaria y equipo mecánico; R13-Material eléctrico, electrónico y óptico; R14-Fabricación de material de transporte; R15-Industrias diversas; R16-Producción y distribución de energía, gas y agua.

cian los resultados positivos del comercio interregional en la R11, R12 y R9, frente al internacional, dónde destacan los saldos positivos de la R11, R12 y R14, junto al fuerte déficit de la R2.

A partir de este análisis autonómico, el cuadro nº 4 muestra la descomposición provincial del comercio interregional vasco por sectores para los años 1995 y 2008. En ella, llama la atención el proceso de especialización de la economía vasca hacia los sectores en los que ha presentado tradicionalmente una fuerte ventaja competitiva, es decir, los sectores industriales. De este modo, las ramas de producción de fabricación de material de transporte (R14), así como la metalurgia (R11), son las que reflejan resultados más positivos en cuanto a los volúmenes de exportación e importación desarrollados.

En el marco de este proceso de especialización industrial, se aprecia una doble tendencia: por un lado, Gipuzkoa aparece como la provincia que mayores incrementos experimenta en la R11, mientras que refleja cifras poco relevantes en el material de transporte (R14). Por el contrario, Álava y Bizkaia muestran un mejor comportamiento en esta rama (R14), mientras que su posición relativa en términos de exportaciones interregionales del sector metalúrgico (R11) es más modesto. Adicionalmente, Bizkaia es la provincia que mejores resultados refleja en las exportaciones de la industria extractiva (R2) y la agroalimentaria (R3).

Por último, con el objeto de comentar algunos resultados destacados, se quiere llamar la atención sobre los resultados favorables de las exportaciones de Álava en la industria del caucho (R9), de Gipuzkoa en la fabricación de maquinaria y equipo mecánico (R12), y de Bizkaia en la industria de fabricación de material de equipo eléctrico (R13), aparte de las cifras ya anteriormente señaladas en la R2 y R3.

### 3.4. Análisis territorial

En el cuadro nº 5 se recoge la distribución territorial de los flujos comerciales del País Vasco. En ella, se muestra el volumen de exportación e importación registrado por el comercio vasco con cada una de las comunidades y los principales países con los que comercia para el primer y último año del periodo disponible (1995 y 2008). Para facilitar la lectura de la tabla, los datos están colocados *de mayor a menor* representando la posición alcanzada por cada territorio dentro del total de flujos comerciales de bienes, y sombreando los que corresponden a países. A través de esta tabla resulta sencillo valorar la evolución de los principales flujos bilaterales del País Vasco, considerando todos los mercados. De esta manera se puede apreciar como determinados clientes y proveedores internacionales están ganando posiciones en relación a las ventas y compras del País Vasco. Nótese que esta tabla no incluye la rama de actividad de producción, distribución de energía, electricidad, gas y agua (R16).

**Cuadro n.º 4. EVOLUCIÓN DEL COMERCIO INTER-PROVINCIAL CON TODAS LAS PROVINCIAS ESPAÑOLAS POR SECTORES 1995-2008.** (en millones de euros y %)\*

Total de bienes R1-16.

| RAMAS | Álava         |       |        |               |        |       | Gipuzkoa      |       |        |               |        |       | Bizkaia       |       |        |               |        |       |
|-------|---------------|-------|--------|---------------|--------|-------|---------------|-------|--------|---------------|--------|-------|---------------|-------|--------|---------------|--------|-------|
|       | Exportaciones |       |        | Importaciones |        |       | Exportaciones |       |        | Importaciones |        |       | Exportaciones |       |        | Importaciones |        |       |
|       | 1995          | 2008  | %      | 1995          | 2008   | %     | 1995          | 2008  | %      | 1995          | 2008   | %     | 1995          | 2008  | %      | 1995          | 2008   | %     |
|       | Mill.€        | %     | Mill.€ | %             | Mill.€ | %     | Mill.€        | %     | Mill.€ | %             | Mill.€ | %     | Mill.€        | %     | Mill.€ | %             | Mill.€ | %     |
| R1    | 94            | 3,6%  | 121    | 1,5%          | 102    | 4,1%  | 86            | 1,5%  | 86     | 1,5%          | 60     | 1,2%  | 52            | 0,6%  | 163    | 4,2%          | 194    | 2,3%  |
| R2    | 8             | 0,3%  | 20     | 0,2%          | 54     | 2,2%  | 198           | 3,4%  | 198    | 3,4%          | 3      | 0,1%  | 10            | 0,1%  | 158    | 4,0%          | 237    | 2,8%  |
| R3    | 396           | 14,3% | 848    | 10,7%         | 145    | 5,9%  | 596           | 10,3% | 568    | 6,6%          | 557    | 11,3% | 568           | 6,6%  | 495    | 12,6%         | 1.144  | 13,5% |
| R4    | 29            | 1,0%  | 0      | 0,0%          | 88     | 3,6%  | 141           | 2,4%  | 82     | 1,7%          | 82     | 1,7%  | 52            | 0,6%  | 78     | 2,0%          | 51     | 0,6%  |
| R5    | 0             | 0,0%  | 24     | 0,3%          | 0      | 0,0%  | 13            | 0,2%  | 5      | 0,1%          | 5      | 0,1%  | 1             | 0,0%  | 12     | 0,3%          | 52     | 0,6%  |
| R6    | 79            | 2,9%  | 86     | 1,1%          | 13     | 0,5%  | 39            | 0,7%  | 82     | 1,7%          | 82     | 1,7%  | 76            | 0,9%  | 90     | 2,3%          | 194    | 2,3%  |
| R7    | 102           | 3,7%  | 108    | 1,4%          | 132    | 5,3%  | 15            | 0,3%  | 505    | 10,3%         | 497    | 5,8%  | 145           | 3,7%  | 174    | 2,1%          | 381    | 6,1%  |
| R8    | 109           | 3,9%  | 168    | 2,1%          | 124    | 5,0%  | 219           | 3,8%  | 319    | 6,5%          | 421    | 4,9%  | 381           | 9,7%  | 684    | 8,0%          | 508    | 8,1%  |
| R9    | 353           | 12,7% | 1.210  | 15,3%         | 190    | 7,7%  | 156           | 2,7%  | 162    | 3,3%          | 355    | 4,1%  | 71            | 1,8%  | 244    | 2,9%          | 251    | 4,0%  |
| R10   | 139           | 5,0%  | 191    | 2,4%          | 129    | 5,2%  | 404           | 7,0%  | 86     | 1,7%          | 107    | 1,3%  | 92            | 2,3%  | 126    | 1,5%          | 138    | 2,2%  |
| R11   | 782           | 28,2% | 2.100  | 26,5%         | 741    | 30,0% | 1.939         | 33,4% | 1.575  | 32,0%         | 3.317  | 38,7% | 1.045         | 26,6% | 1.892  | 22,3%         | 2.635  | 42,0% |
| R12   | 118           | 4,2%  | 220    | 2,8%          | 87     | 3,5%  | 143           | 2,5%  | 862    | 17,5%         | 1.923  | 22,5% | 146           | 3,7%  | 431    | 5,1%          | 310    | 4,9%  |
| R13   | 4             | 0,2%  | 128    | 1,6%          | 244    | 9,9%  | 239           | 4,1%  | 238    | 4,8%          | 440    | 5,4%  | 185           | 4,7%  | 382    | 4,5%          | 247    | 3,9%  |
| R14   | 411           | 14,8% | 2.395  | 30,2%         | 294    | 11,9% | 1.094         | 18,8% | 115    | 2,3%          | 277    | 3,2%  | 571           | 14,5% | 1.394  | 16,4%         | 320    | 5,1%  |
| R15   | 94            | 3,4%  | 236    | 3,0%          | 17     | 0,7%  | 39            | 0,7%  | 189    | 3,8%          | 364    | 4,2%  | 49            | 1,2%  | 126    | 1,5%          | 68     | 1,1%  |
| R16   | 56            | 2,0%  | 74     | 0,9%          | 111    | 4,5%  | 486           | 8,4%  | 77     | 1,6%          | 82     | 1,0%  | 250           | 6,3%  | 1.169  | 13,8%         | 194    | 3,1%  |
| TOTAL | 2.774         | 100%  | 7.929  | 100%          | 2.471  | 100%  | 5.808         | 100%  | 4.917  | 100%          | 8.562  | 100%  | 3.932         | 100%  | 8.494  | 100%          | 6.280  | 100%  |
|       |               |       |        |               |        |       |               |       |        |               |        |       |               |       |        |               | 10.808 | 100%  |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de C-intereg.

Nota: R1-Agricultura, ganadería, caza, silvicultura y pesca; R2-Industrias extractivas, coquerías, refino y combustibles nucleares; R3-Industria agroalimentaria; R4-Industria textil y confección; R5-Industria del cuero y del calzado; R6-Industria de la madera y del corcho; R7-Industria del papel, edición y artes plásticas; R8-Industria química; R9-Industria del caucho y materias plásticas; R10-Industrias de productos minerales no metálicos; R11-Metalurgia y fabricación de productos metálicos; R12-Fabricación de maquinaria y equipo mecánico; R13-Material eléctrico, electrónico y óptico; R14-Fabricación de material de transporte; R15-Industrias diversas; R16-Producción y distribución de energía, gas y agua.

En sombreado están remarcados los flujos más destacables en cuanto a su evolución entre 1995 y 2008.

\* Nota importante: el comercio inter-provincial de esta tabla recoge los flujos que cada una de las provincias vascas mantiene con todas las restantes, incluidas las otras dos del País Vasco.

**Cuadro n.º 5. RANKING DE LOS PRINCIPALES FLUJOS DE EXPORTACIÓN  
CON ORIGEN EN EL PAÍS VASCO. 1995 y 2008. (Millones de euros)**

Total bienes, (excepto la energía eléctrica, R16).

| Ranking | Exportaciones      |                   |                    |                   | Importaciones      |                   |                    |                   |
|---------|--------------------|-------------------|--------------------|-------------------|--------------------|-------------------|--------------------|-------------------|
|         | 1995               |                   | 2008               |                   | 1995               |                   | 2008               |                   |
|         | Destino            | Millones de Euros | Destino            | Millones de Euros | Origen             | Millones de Euros | Origen             | Millones de Euros |
| 0º      | Resto España       | 11.500,1          | Resto España       | 24.016,1          | Resto España       | 10.210,8          | Resto España       | 18.001,4          |
| 1º      | Navarra (C.F.de)   | 1.816,9           | Navarra (C.F.de)   | 4.241,3           | Cataluña           | 2.701,8           | Rusia              | 3.312,7           |
| 2º      | Cataluña           | 1.724,8           | Francia            | 3.524,5           | Castilla y León    | 1.197,9           | Castilla y León    | 3.132,0           |
| 3º      | Castilla y León    | 1.717,6           | Castilla y León    | 3.282,7           | Madrid (C.de)      | 1.176,5           | Cataluña           | 2.751,2           |
| 4º      | Madrid (C.de)      | 1.371,2           | Alemania           | 3.024,6           | Navarra (C.F.de)   | 1.080,9           | Alemania           | 2.546,8           |
| 5º      | Francia            | 1.248,6           | Madrid (C.de)      | 2.172,6           | Francia            | 991,2             | Navarra (C.F.de)   | 2.202,0           |
| 6º      | Alemania           | 1.008,1           | Cataluña           | 2.053,5           | Aragón             | 721,8             | Francia            | 1.990,1           |
| 7º      | Aragón             | 861,7             | Aragón             | 1.848,0           | Reino Unido        | 681,2             | Galicia            | 1.575,4           |
| 8º      | C. Valenciana      | 732,9             | C. Valenciana      | 1.722,9           | C. Valenciana      | 673,4             | Italia             | 1.239,6           |
| 9º      | Andalucía          | 629,5             | Galicia            | 1.706,5           | Asturias           | 658,8             | Andalucía          | 1.224,6           |
| 10º     | Galicia            | 554,3             | Cantabria          | 1.562,1           | Alemania           | 652,9             | China              | 1.130,5           |
| 11º     | Italia             | 516,5             | Estados Unidos     | 1.492,5           | Galicia            | 596,8             | Madrid (C.de)      | 1.115,6           |
| 12º     | Reino Unido        | 501,8             | Italia             | 1.337,2           | Andalucía          | 422,4             | Cantabria          | 1.108,5           |
| 13º     | Cantabria          | 463,5             | Andalucía          | 1.253,0           | Italia             | 419,6             | Canarias           | 1.019,0           |
| 14º     | Castilla-La Mancha | 448,2             | Reino Unido        | 1.250,8           | Cantabria          | 353,8             | Aragón             | 999,0             |
| 15º     | Asturias           | 388,2             | Asturias           | 1.134,8           | La Rioja           | 293,4             | Irán               | 986,7             |
| 16º     | Estados Unidos     | 381,7             | Castilla-La Mancha | 1.115,9           | Irán               | 274,4             | Reino Unido        | 934,3             |
| 17º     | La Rioja           | 380,7             | Bélgica            | 1.017,0           | Rusia              | 241,8             | Asturias           | 880,5             |
| 18º     | Portugal           | 355,4             | Portugal           | 988,3             | Estados Unidos     | 239,6             | C. Valenciana      | 748,1             |
| 19º     | Bélgica            | 189,7             | Región de Murcia   | 686,4             | Bélgica            | 231,1             | La Rioja           | 673,7             |
| 20º     | Canarias           | 173,0             | La Rioja           | 636,4             | Castilla-La Mancha | 227,8             | Países Bajos       | 623,1             |
| 21º     | Países Bajos       | 165,8             | Países Bajos       | 437,9             | Países Bajos       | 202,1             | Bélgica            | 444,7             |
| 22º     | China              | 126,6             | China              | 401,5             | Finlandia          | 177,4             | Trinidad y Tobago  | 420,3             |
| 23º     | Brasil             | 102,0             | Polonia            | 388,6             | China              | 133,3             | Estados Unidos     | 417,4             |
| 24º     | México             | 101,7             | Argelia            | 342,0             | Irlanda            | 131,8             | Nigeria            | 365,4             |
| 25º     | Región de Murcia   | 98,4              | Brasil             | 334,4             | México             | 105,0             | Castilla-La Mancha | 321,7             |
| 26º     | Extremadura        | 86,4              | Marruecos          | 315,7             | Portugal           | 103,7             | Finlandia          | 310,7             |

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de C-intereg y AEAT.

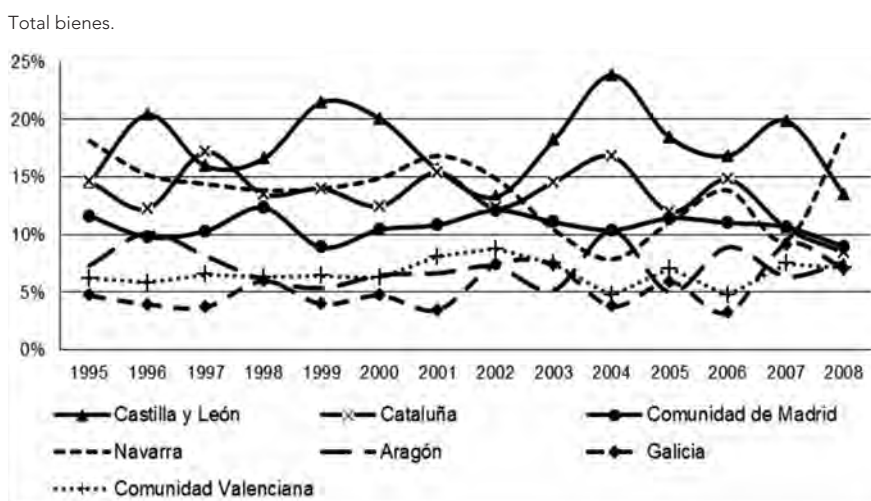
Nota: La cifra «Resto de España» hace referencia al comercio total del País Vasco con el resto de España, está incluida a modo de comparación con el resto de flujos.

A primera vista, se observa que todos los flujos de exportación han aumentado su cuantía en 2008 respecto de 1995, duplicando en algunos casos el importe del primer año. Esto contrasta con el empeoramiento relativo de países como Italia, Reino Unido, o de Comunidades Autónomas como Cataluña, Comunidad de Madrid y Andalucía. Por otro lado, resalta la mejora experimentada por Francia, Alemania, Estados Unidos y Bélgica al nivel internacional, y la estabilidad de las cuotas de Castilla y León, Aragón, Galicia, y la Comunidad Valenciana a nivel nacional.

Por el lado de las compras del País Vasco, destaca claramente el avance de Rusia como principal proveedor internacional en 2008, seguida de Alemania y Francia. Además, países como Italia, Países Bajos y muy especialmente China, han mejorado sustancialmente su situación como exportadores al País Vasco, al contrario del Reino Unido, Francia y Estados Unidos que han ido perdiendo importancia relativa. Como veremos posteriormente en el cuadro nº 8, resulta interesante llamar la atención sobre la elevada cuota alcanzada por Rusia e Irán en las importaciones de 2008, que se concentran muy especialmente en Bizkaia. A nivel nacional, contrasta la pérdida de posiciones en el ranking reflejada por la mayoría de comunidades, principalmente Cataluña, la Comunidad de Madrid, Aragón, Asturias, La Rioja y Comunidad Valenciana, frente a la mejora de Galicia y Canarias, aunque todas estas regiones han duplicado prácticamente el volumen de importación con el País Vasco.

Para más detalle, el gráfico nº 3 muestra la evolución de los principales clientes nacionales del País Vasco, comprobando cómo Castilla y León ha mantenido su posición

Gráfico n.º 3. **EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE MERCADO DE LAS EXPORTACIONES DEL PAÍS VASCO FRENTE A SUS PRINCIPALES CLIENTES NACIONALES.** (Porcentajes sobre datos en millones de euros)



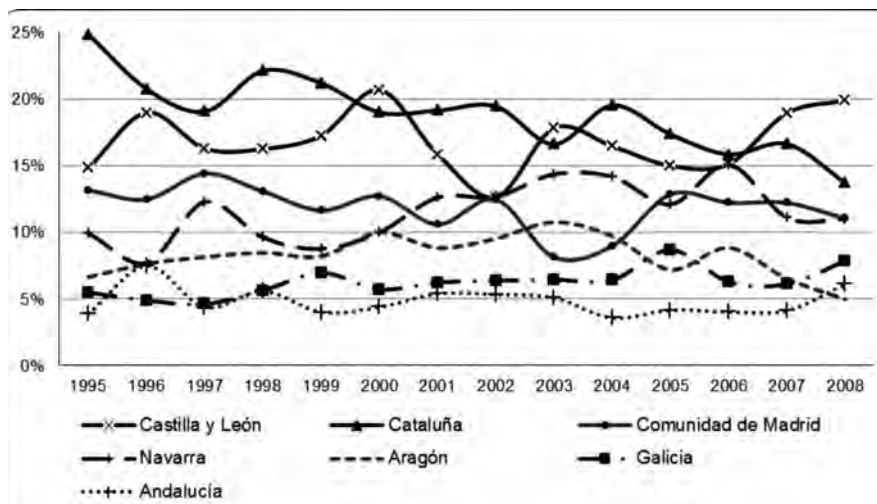
Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos C-Intereg.

hegemónica como principal cliente seguido de Cataluña y Navarra, ésta última mostrando un pronunciado descenso desde 2001 con un cambio de tendencia en 2008. Por su parte, la Comunidad de Madrid, Aragón, Galicia y la Comunidad Valenciana presentan un comportamiento similar caracterizado por su constancia a lo largo del período, llegando todas éstas a reflejar una caída brusca en 2008 junto con Cataluña.

De forma complementaria, el gráfico n° 4 muestra la evolución de los proveedores más importantes del País Vasco. Así, vemos que Cataluña ha ido perdiendo su importancia relativa como mayor proveedor en beneficio de Castilla y León, la cuál llega a superar a Cataluña en 2007 y 2008. Por otro lado, se aprecia una alternancia en el ranking de proveedores entre las comunidades de Navarra y Comunidad de Madrid, representando ambas un significativo nivel de ventas al País Vasco. Por el contrario, la evolución de Aragón refleja una tendencia a la baja con un máximo en 2004. De hecho, esta comunidad se ha visto superada en 2008 por Galicia y Andalucía, regiones que se han caracterizado por mostrar cierta constancia a lo largo del período excepto en sus últimos años.

Gráfico n.º 4. **EVOLUCIÓN DE LA CUOTA DE MERCADO DE LAS IMPORTACIONES DEL PAÍS VASCO FRENTE A SUS PRINCIPALES PROVEEDORES NACIONALES.**  
(Porcentajes sobre datos en millones de euros)

Total bienes.



Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos C-Intereg.

Siguiendo con lo dicho hasta el momento, y si hacemos un análisis pormenorizado de los principales exportadores e importadores del País Vasco por ramas de actividad, en el cuadro n° 6 vemos que efectivamente las comunidades autónomas que se encontraban entre las primeras posiciones de las dos clasificaciones anteriormen-

te analizadas (Castilla y León, Cataluña y Navarra), también ocupan las primeras posiciones en términos de cuotas de exportación e importación en la mayoría de las actividades productivas en 2008.

Por el lado de las exportaciones resaltan estas comunidades, además de la Comunidad de Madrid, como principales clientes en varias ramas como la industria extractiva (R2), la industria agroalimentaria (R3), de la madera (R6), de fabricación de maquinaria (R12), de material de transporte (R14), la industria química (R8) y del papel (R7), superando incluso al comercio intrarregional vasco (R4 y R5). Finalmente, comunidades lejanas como la Comunidad Valenciana (R5 y R12) o Galicia (R9 y R11) aparecen como clientes destacados de varias ramas.

Atendiendo a las importaciones, nuevamente Cataluña, Navarra y Castilla y León cubren las mayores ventas en casi todas las ramas de actividad. Así, destacan los porcentajes alcanzados por Cataluña en sectores como el textil (R4) y la industria química (R8) y del cuero (R5), mientras que los flujos de castellano-leoneses y navarros se concentran en los sectores de fabricación de maquinaria (R12) y de material de transporte (R14), y en la agricultura (R1) únicamente para el caso de Navarra. No obstante, existen excepciones como las importaciones mostradas por Canarias en la industria extractiva (R2), las de La Rioja en la industria del cuero (R5) y las cuotas de la Comunidad de Madrid en la industria energética (R16) y del cuero y del calzado (R5).

Por último, en los sectores industriales (R11, R12, R13) y energéticos (R16 y R2), el País Vasco desarrolla consigo mismo un volumen de comercio muy superior al mostrado con el resto de comunidades autónomas, indicando la alta intensidad de flujos así como de complementariedad que existe entre dichas actividades dentro del País Vasco.

Pasando a un análisis más pormenorizado del comercio a nivel provincial, el cuadro nº 7 recoge el destino y el origen de las exportaciones e importaciones de cada una de las regiones vascas dentro y fuera de España. Así mismo, los flujos interprovinciales son clasificados según tengan como destino una provincia de la propia comunidad vasca (interprovincial dentro del País Vasco), y aquellos que se desarrollan con el resto de provincias de España (interprovincial con el resto de España). A su vez, se muestran las tasas de crecimiento de cada tipo de flujo dentro del período de tiempo considerado.

Analizando los flujos bilaterales que se producen dentro del País Vasco, en los años 2000 y 2008, Bizkaia es la provincia que más vende a las otras dos provincias vascas. Por otro lado, aunque en 1995 Gipuzkoa se presentaba como la primera provincia en ventas al resto del País Vasco, ya a partir del 2000 se ve levemente superada por Álava. Adicionalmente, es importante comprobar cómo las tres provincias vascas presentan niveles de comercio intra-provincial superiores al de los flujos interprovinciales entre ellas, pero muy inferiores a los flujos con el resto de provin-

**Cuadro n.º 6. CONCENTRACIÓN ESPACIAL Y SECTORIAL DE LAS EXPORTACIONES E IMPORTACIONES INTERREGIONALES DE BIENES DEL PAÍS VASCO. CUOTA DE MERCADO DE LOS PRINCIPALES CLIENTES Y PROVEEDORES. 2008**  
(en % sobre cifras en millones de euros)

| RAMAS                                                                 | PRINCIPALES CLIENTES | %    | PRINCIPALES PROVEEDORES | %    |
|-----------------------------------------------------------------------|----------------------|------|-------------------------|------|
| TOTAL                                                                 | País Vasco           | 43,6 | País Vasco              | 43,6 |
|                                                                       | Navarra              | 10,5 | Castilla y León         | 9,3  |
|                                                                       | Castilla y León      | 7,6  | Cataluña                | 6,4  |
| R1-Agricultura, silvicultura y pesca                                  | País Vasco           | 45,5 | País Vasco              | 45,5 |
|                                                                       | Navarra              | 23,1 | Cataluña                | 15,3 |
|                                                                       | Castilla y León      | 20,8 | Navarra                 | 11,6 |
| R2-Industrias extractivas, coquerías, refino y combustibles nucleares | País Vasco           | 55,3 | País Vasco              | 51,0 |
|                                                                       | Castilla y León      | 21,3 | Canarias                | 33,4 |
|                                                                       | Navarra              | 4,4  | Castilla y León         | 4,3  |
| R3-Industria Agroalimentaria                                          | País Vasco           | 29,2 | País Vasco              | 23,7 |
|                                                                       | Navarra              | 12,1 | Andalucía               | 13,4 |
|                                                                       | Comunidad de Madrid  | 11,4 | La Rioja                | 13,2 |
| R4-Industria textil y de la confección                                | Cataluña             | 39,4 | Cataluña                | 87,8 |
|                                                                       | País Vasco           | 24,4 | País Vasco              | 9,6  |
|                                                                       | Región de Murcia     | 22,8 | Galicia                 | 2,4  |
| R5-Industria del cuero y calzado                                      | Comunidad Valenciana | 46,6 | Cataluña                | 53,1 |
|                                                                       | País Vasco           | 25,9 | País Vasco              | 25,9 |
|                                                                       | Comunidad de Madrid  | 14,5 | Comunidad de Madrid     | 10,6 |
| R6-Industria de la madera y el corcho                                 | País Vasco           | 50,9 | País Vasco              | 52,6 |
|                                                                       | Aragón               | 13,4 | Navarra                 | 13,7 |
|                                                                       | Comunidad de Madrid  | 8,9  | Castilla y León         | 8,7  |
| R7-Industria del papel, edición y artes gráficas                      | País Vasco           | 24,1 | País Vasco              | 47,1 |
|                                                                       | Comunidad de Madrid  | 15,6 | Navarra                 | 9,8  |
|                                                                       | Navarra              | 15,1 | Cataluña                | 9,6  |
| R8-Industria Química                                                  | Castilla y León      | 20,3 | Cataluña                | 40,4 |
|                                                                       | País Vasco           | 15,8 | País Vasco              | 13,4 |
|                                                                       | Navarra              | 15,5 | Galicia                 | 8,9  |
| R9-Industria del caucho y materias plásticas                          | País Vasco           | 15,4 | País Vasco              | 30,9 |
|                                                                       | Galicia              | 14,5 | Castilla y León         | 28,7 |
|                                                                       | Andalucía            | 10,8 | Cataluña                | 17,0 |
| R10-Industria de productos minerales no metálicos                     | País Vasco           | 64,6 | País Vasco              | 58,1 |
|                                                                       | Castilla y León      | 4,8  | Navarra                 | 16,8 |
|                                                                       | Cataluña             | 4,3  | Castilla y León         | 8,7  |
| R11-Metalurgia y fabricación de productos metálicos                   | País Vasco           | 41,8 | País Vasco              | 50,4 |
|                                                                       | Galicia              | 7,4  | Castilla y León         | 7,7  |
|                                                                       | Navarra              | 6,9  | Galicia                 | 6,9  |
| R12-Fabricación de maquinaria y equipo mecánico                       | Navarra              | 35,5 | País Vasco              | 70,9 |
|                                                                       | País Vasco           | 28,8 | Navarra                 | 17,3 |
|                                                                       | Comunidad Valenciana | 8,6  | Comunidad de Madrid     | 3,2  |
| R13-Material y equipo eléctrico, electrónico y óptico                 | País Vasco           | 38,5 | País Vasco              | 43,7 |
|                                                                       | Castilla y León      | 16,5 | Castilla y León         | 25,3 |
|                                                                       | Navarra              | 13,4 | Comunidad de Madrid     | 6,8  |
| R14-Fabricación de material de transporte                             | País Vasco           | 16,1 | País Vasco              | 21,5 |
|                                                                       | Comunidad de Madrid  | 13,0 | Castilla y León         | 17,0 |
|                                                                       | Aragón               | 12,5 | Aragón                  | 13,8 |
| R15-Industrias diversas                                               | País Vasco           | 41,3 | País Vasco              | 63,5 |
|                                                                       | Cataluña             | 15,3 | Navarra                 | 12,8 |
|                                                                       | Aragón               | 8,3  | Comunidad Valenciana    | 6,4  |
| R16-Producción, distribución de energía eléctrica, gas y agua         | País Vasco           | 95,1 | País Vasco              | 74,3 |
|                                                                       | Navarra              | 4,9  | Comunidad de Madrid     | 13,6 |
|                                                                       | —                    | —    | Castilla y León         | 10,7 |

Nota: La cifra del País Vasco hace referencia al comercio intrarregional.

Fuente: Elaboración propia a partir de la base de datos de C-intereg.

cias españolas. Una excepción a este patrón sería el menor flujo intra-provincial de Álava en 1995 y 2000, inferior a sus ventas al resto de provincias vascas, o sus mayores compras a otras provincias vascas en 2008.

De forma complementaria, es interesante analizar el comportamiento dinámico de los flujos provinciales. En términos agregados para las tres provincias vascas (recogido en el cuadro nº 7 con la etiqueta «País Vasco»<sup>4</sup>), los mayores incrementos se dan en las importaciones internacionales (245%) y exportaciones internacionales (222%), el comercio intraprovincial (207%) seguido del comercio interprovincial (133%) dentro del País Vasco y de las exportaciones (110%) e importaciones (93%) interprovinciales con el resto de España. Como consecuencia, los datos provinciales confirman la tendencia seguida hacia una mayor apertura internacional del comercio (especialmente por el lado de las importaciones), compatible con un incremento más fuerte del comercio interno. Como consecuencia de esta dinámica, las provincias vascas estarían incrementando su integración comercial con el extranjero y entre sí, y como veremos en breve, con las provincias no vascas más próximas. Dentro de este patrón general, llama la atención el fuerte ritmo de crecimiento del comercio intraprovincial de Álava (306%) y Bizkaia (282%) frente al muy reducido de Gipuzkoa (72%). Adicionalmente, Bizkaia sería la provincia que más ha impulsado la integración comercial dentro del País Vasco, no sólo presentando los mayores niveles, sino además presentando un crecimiento muy importante de 231%. También resulta relevante el fuerte crecimiento del comercio interprovincial de Álava con el resto de España (186%), que se muestra más dinámico que el crecimiento con el resto de provincias vascas.

Junto a esta dinámica del comercio interior, los datos reflejan una fuerte tendencia hacia la apertura internacional del comercio de las tres provincias vascas, como ya se mencionó anteriormente. De este modo, tanto Álava como Gipuzkoa presentan, para los tres años analizados, un volumen de exportaciones internacionales muy superior al de las importaciones, mientras que Bizkaia refleja una tendencia contraria. Por su parte, Gipuzkoa resalta especialmente por su orientación plenamente internacional, destacando la evolución de sus exportaciones internacionales (210%) frente a los interprovinciales, bien con destino dentro del País Vasco (20%) o con el resto de regiones españolas (74%).

En definitiva, los niveles y la dinámica observada en este periodo para las tres provincias estaría mostrando el importante papel cohesionador que tiene Bizkaia (en niveles y tasas) como motor de la integración comercial interna del País Vasco, a

<sup>4</sup> Aunque el cuadro nº 7 utilice la etiqueta «País Vasco» para mostrar las tasas de crecimiento del conjunto de provincias, se trataría de la suma del comercio interprovincial de las tres provincias, que no coincide con el comercio interautonómico del País Vasco en su conjunto (cuadros nº 1 y 2), al estar incluyendo también el comercio bilateral entre las provincias vascas, consideradas como comercio intra-autonómico para el País Vasco.

la vez que pone de manifiesto la apertura relativa de Gipuzkoa y Álava, tanto hacia los mercados internacionales como hacia el resto de España. Este esquema se superpone al ya comentado acerca de la importancia que Bizkaia representa como puerta de entrada de productos (intermedios) para el desarrollo de una actividad productiva industrial muy importante que se ve exportada, con voluminosas y estables cuotas, al resto de España.

**Cuadro n.º 7. DISTRIBUCIÓN TERRITORIAL Y EVOLUCIÓN DEL COMERCIO INTER-PROVINCIAL E INTER-NACIONAL DE LAS PROVINCIAS DEL PAÍS VASCO.** (En millones de euros)

Total bienes, R1-R16.

| PERÍODO                        | ORIGEN     | TIPO FLUJO | Flujos Bilaterales |          |         | Flujos Agregados |                                       |                                        |               |
|--------------------------------|------------|------------|--------------------|----------|---------|------------------|---------------------------------------|----------------------------------------|---------------|
|                                |            |            | Álava              | Gipuzkoa | Bizkaia | Intra-provincial | Interprovincial dentro del País Vasco | Interprovincial con el resto de España | Internacional |
| 1995                           | Álava      | Exporta a  | 362                | 179      | 311     | 362              | 490                                   | 2.774                                  | 1.594         |
|                                |            | Importa de | 362                | 322      | 300     |                  | 621                                   | 2.471                                  | 1.136         |
|                                | Gipuzkoa   | Exporta a  | 322                | 1.653    | 549     | 1.653            | 871                                   | 4.917                                  | 2.152         |
|                                |            | Importa de | 179                | 1.653    | 500     |                  | 680                                   | 3.932                                  | 1.653         |
|                                | Bizkaia    | Exporta a  | 300                | 500      | 2.485   | 2.485            | 800                                   | 6.280                                  | 2.472         |
|                                |            | Importa de | 311                | 549      | 2.485   |                  | 860                                   | 6.603                                  | 2.989         |
| 2000                           | Álava      | Exporta    | 334                | 520      | 671     | 334              | 1.191                                 | 4.914                                  | 3.458         |
|                                |            | Importa de | 334                | 309      | 547     |                  | 856                                   | 4.255                                  | 2.221         |
|                                | Gipuzkoa   | Exporta a  | 309                | 2.067    | 642     | 2.067            | 952                                   | 6.629                                  | 3.726         |
|                                |            | Importa de | 520                | 2.067    | 770     |                  | 1.291                                 | 6.173                                  | 2.550         |
|                                | Bizkaia    | Exporta a  | 547                | 770      | 4.337   | 4.337            | 1.317                                 | 7.811                                  | 4.439         |
|                                |            | Importa de | 671                | 642      | 4.337   |                  | 1.313                                 | 8.049                                  | 5.544         |
| 2008                           | Álava      | Exporta a  | 1.469              | 746      | 596     | 1.469            | 1.341                                 | 7.929                                  | 5.299         |
|                                |            | Importa de | 1.469              | 346      | 1.333   |                  | 1.679                                 | 5.808                                  | 3.172         |
|                                | Gipuzkoa   | Exporta a  | 346                | 2.847    | 702     | 2.847            | 1.048                                 | 8.562                                  | 6.672         |
|                                |            | Importa de | 746                | 2.847    | 1.314   |                  | 2.059                                 | 8.494                                  | 3.935         |
|                                | Bizkaia    | Exporta a  | 1.333              | 1.314    | 9.482   | 9.482            | 2.647                                 | 12.871                                 | 8.066         |
|                                |            | Importa de | 596                | 702      | 9.482   |                  | 1.298                                 | 10.808                                 | 12.856        |
| Tasas de Crecimiento 1995-2008 | Álava      | Exporta a  | 306%               | 316%     | 92%     | 306%             | 174%                                  | 186%                                   | 232%          |
|                                |            | Importa de | 306%               | 8%       | 344%    |                  | 170%                                  | 135%                                   | 179%          |
|                                | Gipuzkoa   | Exporta a  | 8%                 | 72%      | 28%     | 72%              | 20%                                   | 74%                                    | 210%          |
|                                |            | Importa de | 316%               | 72%      | 163%    |                  | 203%                                  | 116%                                   | 138%          |
|                                | Bizkaia    | Exporta a  | 344%               | 163%     | 282%    | 282%             | 231%                                  | 105%                                   | 226%          |
|                                |            | Importa de | 92%                | 28%      | 282%    |                  | 51%                                   | 64%                                    | 330%          |
|                                | País Vasco | Exporta a  | —                  | —        | —       | 207%             | 133%                                  | 110%                                   | 222%          |
|                                |            | Importa de | —                  | —        | —       |                  | 93%                                   | 93%                                    | 245%          |

Fuente: elaboración propia a partir de datos de C-intereg y AEAT.

Nota: En sombreado se muestran los flujos de comercio intrarregionales. Para no complicar excesivamente el gráfico, se sigue utilizando el concepto de «exporta a» o «importa de» para estos flujos intra-provinciales, aunque estrictamente no quepa hablar de «exportaciones» ni «importaciones».

Siguiendo con el comercio internacional, el cuadro nº 8 muestra la distribución de los flujos exteriores por provincias en los años 1995 y 2008. De este modo, se puede apreciar la distribución territorial de las compras y las ventas, entremezclando los mercados provinciales dentro de España con los mercados internacionales. De esta manera, tendremos una primera aproximación intuitiva de si las provincias vascas han incrementado su nivel de integración comercial con el resto de provincias españolas, o más bien con el resto de los países de la Unión Europea y terceros estados. Nuevamente, y para una mejor comprensión del cuadro, es necesario remarcar que los flujos más importantes están ordenados según el volumen alcanzado, diferenciando en sombreado aquellos que corresponden al comercio con países extranjeros.

En un primer análisis, llama la atención el incremento de niveles observado en el comercio de bienes tanto dentro como fuera de España. A su vez, se confirma la tendencia hacia la apertura internacional del comercio de las provincias vascas, observándose un incremento de los volúmenes intercambiados con los socios habituales (margen intensivo).

Así, se observa que por el lado de las exportaciones, tanto Alemania como Francia han ganado peso como principales destinos de los flujos de las tres provincias, llegando en todos los casos a superar el doble de la cantidad exportada en 1995. Analizando el comercio dentro de España, destaca la importancia relativa del comercio intraprovincial frente al interprovincial. Adicionalmente, junto a los mayores niveles de comercio bilateral entre las tres provincias vascas, llama la atención las fuertes vinculaciones que todas ellas mantienen con Navarra, así como otras provincias más alejadas, pero de gran peso específico, como Madrid, Zaragoza y Barcelona.

Fijándonos en las importaciones, los patrones de comercio se mantienen, destacando nuevamente el comercio intraprovincial como principal mercado de cada provincia. En este caso, lo más destacado será la gran importancia mostrada por Francia y Alemania como principales proveedores de Álava y Gipuzkoa, mientras que, como hecho singular, Rusia e Irán pasan a ocupar el segundo y cuarto puesto como proveedores de Bizkaia.

Una vez analizada la estructura del comercio internacional, pasamos a analizar más en detalle la evolución del comercio interprovincial de cada provincia. Para ello, se incluyen un conjunto de gráficos que recogen, para cada provincia vasca, la intensidad de sus exportaciones con destino a las distintas provincias (eje de ordenadas) en relación a la distancia geográfica en línea recta que separa a sus respectivas capitales de provincias (eje de abscisas). Cada gráfico recoge la distribución para los años 1995 y 2008, lo que permite identificar muy visualmente el comportamiento seguido por los flujos de comercio interiores, como aproximación intuitiva a la evolución de la integración comercial interna y con el resto de España, y el efecto que la evolución del coste del transporte y las economías de aglomeración han tenido sobre la estructura espacial de intercambios. En este caso alteramos el orden alfabético habitual, analizando las provincias por importancia relativa en términos de volumen intercambiado.

Cuadro n.º 8. **DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA INTERNACIONAL DEL COMERCIO POR PROVINCIAS. 1995-2008.** (En millones de euros)

Total bienes, R1-R16.

| Ranking | EXPORTACIONES      |            |                    |            |                    |            |                    |              |                    |              |                    |              |
|---------|--------------------|------------|--------------------|------------|--------------------|------------|--------------------|--------------|--------------------|--------------|--------------------|--------------|
|         | 1.995              |            |                    |            |                    |            | 2.008              |              |                    |              |                    |              |
|         | Álava              |            | Gipuzkoa           |            | Bizkaia            |            | Álava              |              | Gipuzkoa           |              | Bizkaia            |              |
|         | Destino            | Mill. €    | Destino            | Mill. €    | Destino            | Mill. €    | Destino            | Mill. €      | Destino            | Mill. €      | Destino            | Mill. €      |
| 1º      | Álava              | 362        | Gipuzkoa           | 1.653      | Bizkaia            | 2.485      | Álava              | 1.469        | Gipuzkoa           | 2.847        | Bizkaia            | 9.482        |
| 2º      | Navarra            | 335        | Navarra            | 1.017      | Navarra            | 788        | <b>Alemania</b>    | <b>1.080</b> | Navarra            | 1.865        | Navarra            | 1.632        |
| 3º      | Bizkaia            | 311        | Bizkaia            | 549        | Madrid             | 652        | Navarra            | 1.054        | <b>Francia</b>     | <b>1.301</b> | Álava              | 1.333        |
| 4º      | <b>Alemania</b>    | <b>305</b> | Madrid             | 545        | Gipuzkoa           | 500        | <b>Francia</b>     | <b>939</b>   | <b>Alemania</b>    | <b>927</b>   | Gipuzkoa           | 1.314        |
| 5º      | <b>Francia</b>     | <b>304</b> | Barcelona          | 509        | <b>Francia</b>     | <b>455</b> | Madrid             | 873          | Zaragoza           | 727          | <b>Francia</b>     | <b>1.284</b> |
| 6º      | Barcelona          | 295        | <b>Francia</b>     | <b>490</b> | Barcelona          | 438        | Gipuzkoa           | 746          | Bizkaia            | 702          | Burgos             | 1.126        |
| 7º      | Burgos             | 239        | Álava              | 322        | Burgos             | 433        | Zaragoza           | 606          | Ourense            | 583          | Cantabria          | 1.049        |
| 8º      | Zaragoza           | 223        | <b>Alemania</b>    | <b>281</b> | Cantabria          | 375        | Bizkaia            | 596          | Madrid             | 532          | <b>Alemania</b>    | <b>1.017</b> |
| 9º      | Valencia           | 189        | Tarragona          | 235        | <b>Alemania</b>    | <b>342</b> | Valencia           | 490          | Barcelona          | 531          | EE.UU.             | 963          |
| 10º     | Gipuzkoa           | 179        | Burgos             | 227        | Álava              | 300        | <b>Reino Unido</b> | <b>467</b>   | <b>Italia</b>      | <b>490</b>   | Asturias           | 879          |
| 11º     | Valladolid         | 175        | <b>Reino Unido</b> | <b>183</b> | Zaragoza           | 286        | Murcia             | 406          | <b>Reino Unido</b> | <b>386</b>   | Madrid             | 768          |
| 12º     | Madrid             | 173        | <b>Italia</b>      | <b>154</b> | <b>Italia</b>      | <b>234</b> | Barcelona          | 397          | Álava              | 346          | Barcelona          | 709          |
| 13º     | <b>Italia</b>      | <b>129</b> | Valencia           | 148        | A Coruña           | 229        | Pontevedra         | 334          | <b>Portugal</b>    | <b>326</b>   | Valladolid         | 618          |
| 14º     | <b>Reino Unido</b> | <b>119</b> | A Coruña           | 142        | Asturias           | 222        | EE.UU.             | 329          | Castellón          | 293          | <b>Bélgica</b>     | <b>590</b>   |
| 15º     | EE.UU.             | 109        | La Rioja           | 137        | Valladolid         | 200        | Cantabria          | 302          | Valencia           | 266          | <b>Italia</b>      | <b>549</b>   |
| 16º     | <b>Portugal</b>    | <b>103</b> | Zaragoza           | 132        | <b>Reino Unido</b> | <b>199</b> | <b>Italia</b>      | <b>298</b>   | <b>Argelia</b>     | <b>253</b>   | <b>Portugal</b>    | <b>411</b>   |
| 17º     | Sevilla            | 90         | EE.UU.             | 129        | Huesca             | 172        | A Coruña           | 268          | Ciudad Real        | 218          | La Rioja           | 401          |
| 18º     | La Rioja           | 74         | <b>Portugal</b>    | <b>122</b> | La Rioja           | 168        | <b>Portugal</b>    | <b>251</b>   | Cantabria          | 211          | <b>Reino Unido</b> | <b>398</b>   |
| 19º     | Asturias           | 72         | Guadalajara        | 101        | Valencia           | 159        | <b>Bélgica</b>     | <b>250</b>   | EE.UU.             | 200          | Valencia           | 346          |
| 20º     | <b>Brasil</b>      | <b>70</b>  | Asturias           | 94         | EE.UU.             | 144        | Burgos             | 225          | Sevilla            | 179          | Zaragoza           | 312          |

| Ranking | IMPORTACIONES      |            |                     |            |                    |            |                     |              |                    |            |                     |              |
|---------|--------------------|------------|---------------------|------------|--------------------|------------|---------------------|--------------|--------------------|------------|---------------------|--------------|
|         | 1.995              |            |                     |            |                    |            | 2.008               |              |                    |            |                     |              |
|         | Álava              |            | Gipuzkoa            |            | Bizkaia            |            | Álava               |              | Gipuzkoa           |            | Bizkaia             |              |
|         | Origen             | Mill. €    | Origen              | Mill. €    | Origen             | Mill. €    | Origen              | Mill. €      | Origen             | Mill. €    | Origen              | Mill. €      |
| 1º      | Barcelona          | 387        | Gipuzkoa            | 1.653      | Bizkaia            | 2.485      | Álava               | 1.469        | Gipuzkoa           | 2.847      | Bizkaia             | 9.482        |
| 2º      | Álava              | 362        | Barcelona           | 671        | Barcelona          | 1.312      | Bizkaia             | 1.333        | Bizkaia            | 1.314      | <b>Rusia</b>        | <b>3.042</b> |
| 3º      | Gipuzkoa           | 322        | Bizkaia             | 500        | Madrid             | 884        | <b>Alemania</b>     | <b>1.007</b> | <b>Francia</b>     | <b>817</b> | Santa Cruz          | 1.009        |
| 4º      | Bizkaia            | 300        | <b>Francia</b>      | <b>482</b> | Gipuzkoa           | 549        | Navarra             | 585          | Madrid             | 781        | <b>Irán</b>         | <b>986</b>   |
| 5º      | <b>Reino Unido</b> | <b>300</b> | Navarra             | 468        | Burgos             | 364        | Barcelona           | 574          | Álava              | 746        | Navarra             | 952          |
| 6º      | Navarra            | 263        | Zaragoza            | 410        | Asturias           | 351        | Madrid              | 517          | Navarra            | 666        | Madrid              | 917          |
| 7º      | Madrid             | 198        | Madrid              | 343        | <b>Francia</b>     | <b>346</b> | Burgos              | 421          | <b>Alemania</b>    | <b>664</b> | <b>Alemania</b>     | <b>876</b>   |
| 8º      | Asturias           | 187        | Valencia            | 274        | Navarra            | 346        | <b>Francia</b>      | <b>420</b>   | León               | 542        | Barcelona           | 864          |
| 9º      | Valladolid         | 168        | <b>Alemania</b>     | <b>230</b> | Álava              | 311        | Gipuzkoa            | 346          | Valladolid         | 477        | Burgos              | 837          |
| 10º     | <b>Francia</b>     | <b>163</b> | Álava               | 179        | Cantabria          | 279        | Zaragoza            | 342          | Sevilla            | 472        | <b>Francia</b>      | <b>753</b>   |
| 11º     | <b>Alemania</b>    | <b>157</b> | Valladolid          | 172        | <b>Irán</b>        | <b>274</b> | <b>Italia</b>       | <b>281</b>   | <b>Italia</b>      | <b>453</b> | Gipuzkoa            | 702          |
| 12º     | Burgos             | 147        | <b>Italia</b>       | <b>148</b> | <b>Alemania</b>    | <b>266</b> | <b>China</b>        | <b>247</b>   | Burgos             | 444        | Cantabria           | 697          |
| 13º     | Valencia           | 112        | <b>Reino Unido</b>  | <b>139</b> | <b>Reino Unido</b> | <b>242</b> | Asturias            | 220          | Zaragoza           | 433        | <b>Reino Unido</b>  | <b>695</b>   |
| 14º     | <b>Irlanda</b>     | <b>92</b>  | Burgos              | 139        | Zaragoza           | 208        | León                | 209          | Barcelona          | 430        | Álava               | 596          |
| 15º     | <b>Italia</b>      | <b>88</b>  | Asturias            | 119        | <b>Italia</b>      | <b>184</b> | Cantabria           | 205          | Tarragona          | 339        | <b>China</b>        | <b>567</b>   |
| 16º     | La Rioja           | 59         | León                | 103        | La Rioja           | 180        | EE.UU.              | 130          | <b>China</b>       | <b>316</b> | La Rioja            | 547          |
| 17º     | Zaragoza           | 54         | A Coruña            | 81         | <b>Rusia</b>       | <b>174</b> | La Rioja            | 113          | Pontevedra         | 223        | <b>Italia</b>       | <b>505</b>   |
| 18º     | León               | 52         | Tarragona           | 63         | EE.UU.             | 164        | Ourense             | 110          | Cantabria          | 207        | Asturias            | 500          |
| 19º     | Cantabria          | 43         | <b>Países Bajos</b> | <b>58</b>  | Huelva             | 161        | Valladolid          | 106          | <b>Rusia</b>       | <b>200</b> | Trinidad            | 420          |
| 20º     | EE.UU.             | 33         | <b>Bélgica</b>      | <b>58</b>  | Valencia           | 157        | <b>Países Bajos</b> | <b>99</b>    | <b>Reino Unido</b> | <b>161</b> | <b>Países Bajos</b> | <b>404</b>   |

Fuente: Elaboración propia a partir de datos de C-intereg y AEAT.

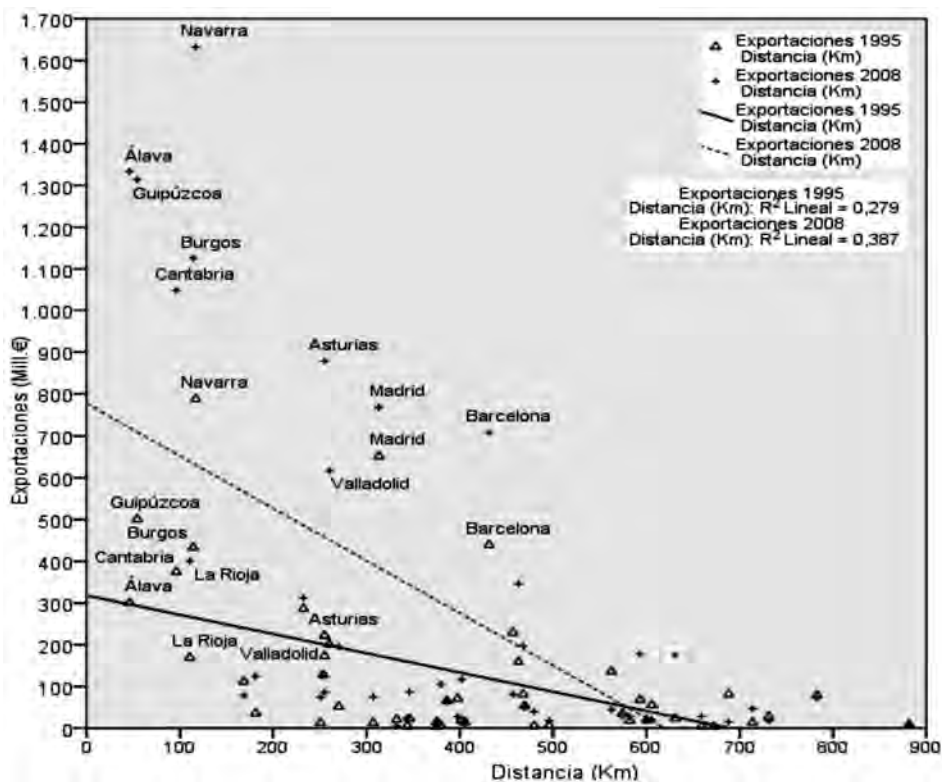
Nota: Los flujos internacionales vienen indicados en negrita, mientras que los intra-provinciales en redonda.

Como era de esperar, las exportaciones interprovinciales con origen en Bizkaia (gráfico nº 5), presentan una relación negativa con la distancia. Así, los niveles más intensos de intercambios se concentran en torno a las provincias más próximas (Navarra, Gipuzkoa y Álava). También son importantes los niveles de intercambios con otras provincias próximas como Burgos, Cantabria y en menor cuantía Asturias, así como con las grandes provincias españolas (Barcelona y Madrid). En términos de la evolución, resulta muy relevante destacar cómo la pendiente de la relación negativa entre comercio y distancia se ha incrementado notablemente con el tiempo, recogiendo un mayor crecimiento de los intercambios con las provincias más próximas frente a las más alejadas. Esta tendencia estaría enfatizando el efecto que la aglomeración económica ha tenido sobre la localización empresarial y la intensificación del comercio de corta distancia. Más concretamente, es fácil identificar a los fuertes incrementos de las exportaciones vizcaínas a Navarra, Álava, Gipuzkoa, Burgos, Cantabria, Valladolid o Asturias como los principales motores de esta mayor elasticidad negativa del comercio frente a la distancia. Por el contrario, los incrementos de las exportaciones vizcaínas observados entre 1995 y 2008 con destino a Madrid y Barcelona, han sido muy inferiores. Aunque este punto requiera un mayor análisis, de los resultados obtenidos tanto por los efectos de demanda como de oferta, se podría aventurar que los efectos de desbordamiento generados por la aglomeración económica en torno al País Vasco, habrían tenido un mayor efecto sobre su capacidad de exportación interregional, que el supuesto abaratamiento de los costes de transporte derivado de las mejoras de infraestructuras del transporte y de accesibilidad, que hubieran impulsado el comercio con otros mercados más alejados y voluminosos (Madrid, Barcelona, Sevilla, Valencia, etc.).

En el caso de Gipuzkoa (gráfico nº 6), también se aprecia un aumento de la pendiente de la recta que relaciona negativamente la intensidad del comercio y la distancia en 2008 frente a 1995. Sin embargo, esta variación es mucho menos acusada que en el caso de Bizkaia. Resulta especialmente llamativa la fuerte acumulación de exportaciones guipuzcoanas con destino a Navarra ya en 1995 y el fuerte incremento que se produce en 2008. También llaman la atención los incrementos del comercio con Zaragoza o Castellón, que tendrían que ser explicados a través de un estudio más exhaustivo que atienda a las tipologías de productos intercambiados. Los flujos hacia el resto de provincias vascas o del resto de España, apenas han mostrado variaciones significativas. Concretamente, las exportaciones guipuzcoanas con las provincias de mayor peso económico (Madrid y Barcelona) no han sufrido modificaciones excesivas a lo largo del período de estudio. Por último, es importante remarcar que la concentración de flujos en la corta distancia es mucho menos acusada que en el caso de Bizkaia, dando a entender que las exportaciones guipuzcoanas con destino al resto de España, aun siendo mucho menos cuantiosas, presentan cuotas de penetración considerables en provincias bastante alejadas. Sin duda esta relación va a guardar relación con la estructura sectorial diferente de ambas provincias.

Gráfico n.º 5. **DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DEL COMERCIO INTERPROVINCIAL DE BIZKAIA. 1995-2008.** (En millones de euros)

Total bienes, R1-R16.



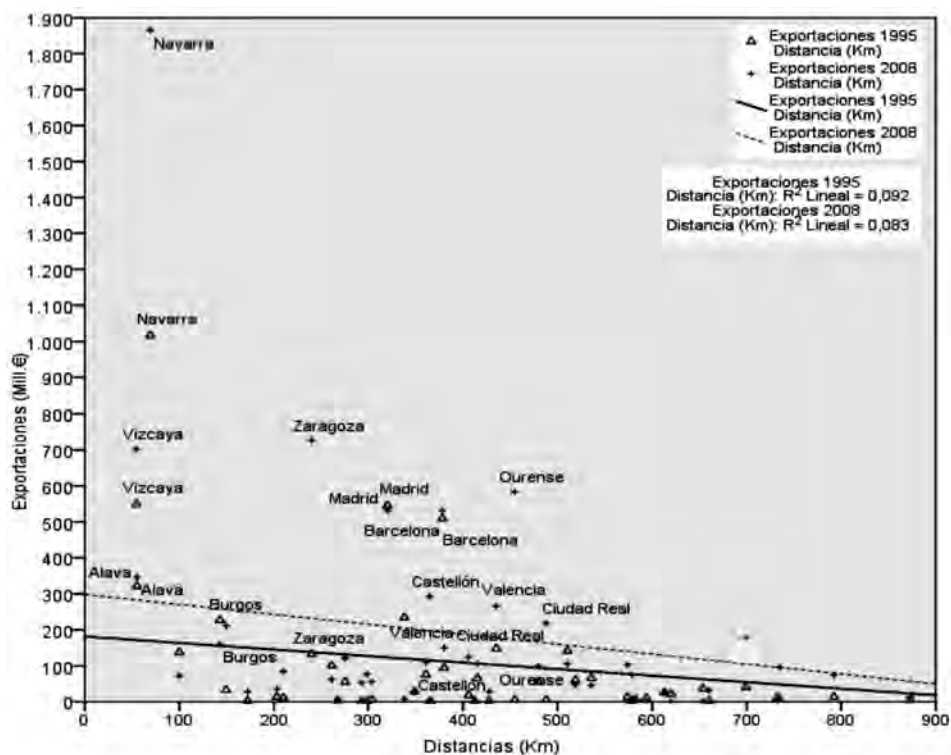
Fuente: Elaboración propia a partir de datos de C-intereg.

Nota: Para un mejor análisis del gráfico se ha optado por descartar los flujos con destino a las Islas Canarias al no suponer un importante volumen de negocio.

Por último, el gráfico nº 7 muestra la distribución territorial de Álava. Al igual que Bizkaia, se observa un notable incremento de la pendiente negativa de la recta que relaciona la intensidad del comercio y la distancia, mostrando un mayor incremento en el comercio de proximidad. Por otro lado, pese al menor volumen de exportaciones interprovinciales alavesas, éstas presentan una notable diversificación territorial y una elevada penetración en provincias distantes. Al igual que Bizkaia, ha experimentado fuertes incrementos en los flujos con el resto de provincias vascas y otras cercanas como Navarra, Cantabria y Zaragoza especialmente. La atracción económica por parte de los mercados más potentes se deja entrever en una mayor penetración en Madrid, Zaragoza, Barcelona y Valencia. Por otra parte, aunque los niveles ya no sean igualmente importantes, se han producido incrementos importantes en las exportaciones hacia provincias muy alejadas, como puedan ser Murcia o Pontevedra.

Gráfico n.º 6. **DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DEL COMERCIO INTERPROVINCIAL DE GIPUZKOA. 1995-2008.** (En millones de euros)

Total bienes, R1-R16.

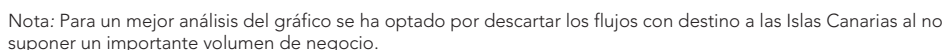


Fuente: elaboración propia a partir de datos de C-intereg.

Nota: Para un mejor análisis del gráfico se ha optado por descartar los flujos con destino a las Islas Canarias al no suponer un importante volumen de negocio.

Sin la posibilidad de extendernos más en este apartado, no queremos dejar de señalar que lo observado hasta ahora puede servir de base para un análisis más sofisticado de las causas que han impulsado este comportamiento diferenciado del comercio con las provincias más próximas frente a las más alejadas. Para ello será interesante acudir al análisis separado de los márgenes extensivos (número de provincias con los que se comercia) e intensivo (volumen y valor de los flujos comerciados con cada provincia) en el comercio inter-provincial. Además, será interesante analizar ese comportamiento a la luz de las tendencias observadas en relación a la localización de empresas, la promoción de los *clusters* industriales y la presencia de importantes relaciones sectoriales ligadas a la cadena de valor del sector de la construcción, la automoción, los bienes de equipo o el refino de productos petrolíferos. Igualmente interesante será profundizar en la vinculación existente entre esta

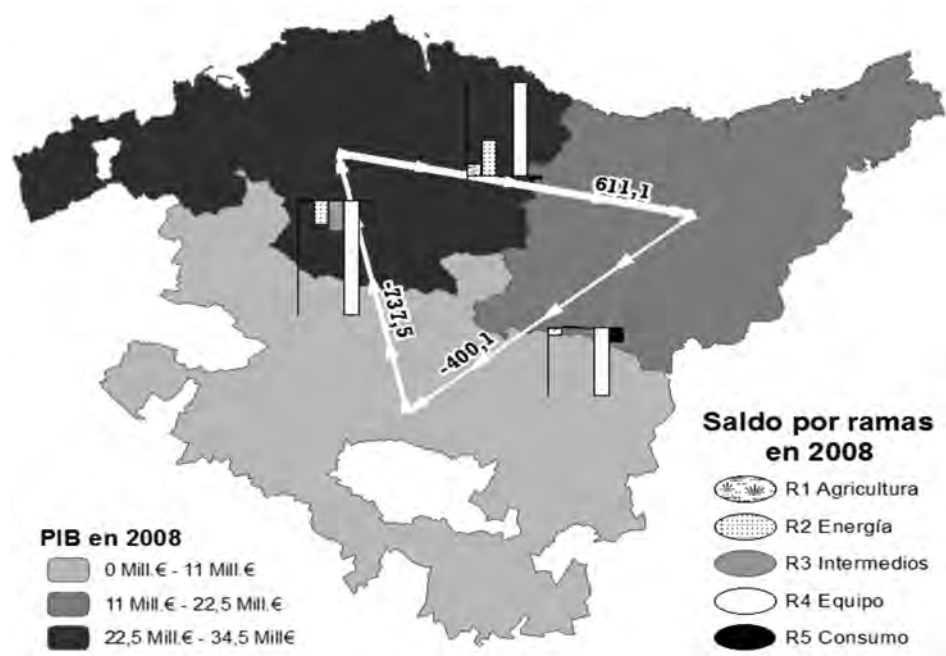
Total bienes, R1-R16.



Ekonomiaz N.º 78, 3.º cuatrimestre, 2011

**Mapa n.º 1. DISTRIBUCIÓN DEL COMERCIO PROVINCIAL VASCO EN 2008.**  
(En millones de euros)

Total de Bienes R1-R5.



Fuente: Elaboración propia a partir de datos de C-intereg y Eustat.

Nota: El grosor de las flechas indica el volumen de comercio entre las provincias que une. La cifra que las acompaña muestra el saldo en millones de euros de 2008 entre ambas provincias, visto desde la provincia de origen (exportadora). Ej: el saldo interprovincial entre Bizkaia y Gipuzkoa es de 611,1 millones de euros favorable para Bizkaia.

to de vista de la provincia exportadora. A su vez, cada flujo bilateral va acompañado de un pequeño gráfico de barras que recoge la estructura sectorial a cinco ramas del saldo bilateral provincial. Por último, el color de la superficie recoge el PIB provincial a precios corrientes en 2008. De este modo, se puede apreciar que Bizkaia además de ser la provincia con mayor peso en términos de PIB, es la que mayores niveles de comercio mantiene con el resto de provincias, presentando saldo positivo en cuatro de las cinco ramas consideradas. Como ya se apuntó más arriba, el saldo comercial entre Gipuzkoa y Álava en 2008 es favorable a esta última en 400,1 millones de euros, muy concentrados en el déficit de la rama de bienes de equipo y de consumo. Así mismo, Álava mantiene un fuerte déficit comercial con Bizkaia (-737,5 millones de Euros) concentrado especialmente en los bienes de equipo, y en menor medida en los bienes de equipo y la energía.

#### 4. CONCLUSIÓN

En este artículo se ha analizado la estructura y evolución del comercio de bienes del País vasco durante el período 1995-2008, aportando una visión inédita de la evolución de los intercambios en todos los mercados, al permitir conjugar flujos bilaterales internacionales e interregionales, tanto para el conjunto de la comunidad como para cada una de sus provincias.

En primer lugar, se ha confirmado el importante volumen de intercambios interregionales de bienes del País Vasco, que registra habitualmente la quinta posición en el ranking español de comunidades en la mayor parte de los flujos. En relación a los saldos, el País Vasco es junto con Navarra, la única comunidad autónoma capaz de registrar saldos medios positivos en todos los mercados a lo largo del periodo analizado. Adicionalmente, la evolución temporal de las distintas series de comercio pone de manifiesto su capacidad para ganar competitividad en el mercado nacional manteniendo una buena posición en el internacional y un elevado crecimiento del comercio dentro de la propia región. Por provincias, el mayor dinamismo ha correspondido a Álava, observándose un cierto proceso de convergencia en la aportación económica de las provincias vascas. Por su parte, Bizkaia se conforma como región canalizadora de la entrada de productos extranjeros, al poseer un fuerte déficit comercial exterior ligado a un fuerte superávit interprovincial. Al contrario, Gipuzkoa se caracteriza por una tendencia muy marcada a comerciar principalmente en los mercados internacionales mostrando un menor dinamismo en los intercambios dentro de España.

Posteriormente, se ha prestado atención a la distribución geográfica del comercio vasco, identificando a varias comunidades del resto de España como principales clientes. Los principales flujos se producen con aquellas regiones con mayores niveles de renta per cápita (Comunidad de Madrid y Cataluña) o con las que presenta una mayor cercanía geográfica (Navarra y Castilla y León). No obstante, el País Vasco muestra elevados volúmenes de comercio con todas las demás comunidades autónomas españolas, con fuertes vínculos en ramas específicas con Aragón, Galicia, la Comunidad Valenciana o La Rioja.

Así mismo, se ha analizado brevemente la importancia relativa de cada rama de actividad dentro del comercio interregional e internacional de la región. Dentro del comercio interregional, el comercio se focaliza especialmente en la metalurgia (R11), la industria de fabricación de maquinaria (R12) y fabricación de material de transporte (R14), seguidos en menor cuantía por la industria agroalimentaria (R3). Nuevamente, se encuentran patrones alternos dentro del comercio, pues los flujos vizcaínos se han centrado en la industria de equipo eléctrico (R13), la agroalimentaria (R3) y extractiva (R2), mientras que los guipuzcoanos han mejorado en ramas como la metalurgia (R11) y la fabricación de maquinaria (R12). Por su parte, Álava

se ha especializado significativamente en los flujos de la industria de material de transporte (R14) y del caucho (R9).

Partiendo de este análisis del comercio de bienes del País Vasco, cabría realizar algunas reflexiones orientadas hacia el correcto diseño de políticas económicas dirigidas a impulsar la competitividad de la economía vasca en los próximos años. En primer lugar, es necesario recordar que la medición de la competitividad de una economía abierta como la vasca debe hacer alusión tanto al comercio que se mantiene con el resto del mundo como con el resto de España, tanto en el campo de los bienes como de los servicios. Según lo analizado en este artículo, las conclusiones sobre la apertura y competitividad de la economía vasca, pueden cambiar si el análisis no tienen en cuenta el fuerte volumen de comercio intra e interregional, así como la fuerte conexión existente entre la capacidad de exportación interregional y las necesidades de importaciones internacionales. Como se ha comentado, este hecho queda especialmente patente en el caso de Bizkaia, donde se ha identificado un fuerte superávit en los intercambios con el resto de España, junto con un fuerte déficit en los intercambios internacionales. Como ya ocurriera para el conjunto de Cataluña, (Ghemawat *et al.*, 2009, 2010), estos primeros análisis apuntan hacia la presencia de una estructura *hub-spoke* en dicha provincia, que estaría relacionada con la importante industria de bienes de equipo y la pujanza del puerto de Bilbao como infraestructura generadora de economías de aglomeración y ventajas de localización. Qué duda cabe que toda política dirigida a sostener y potenciar este papel de puerta de entrada y salida hacia el resto de Europa/España resultará clave para la competitividad de la economía vasca en su conjunto. Adicionalmente, se ha puesto de manifiesto la importancia que tiene Bizkaia como motor de integración comercial dentro de la comunidad.

En relación a estos resultados, parece importante cuidar todos los aspectos que hacen referencia a la competitividad de los productos vascos dentro de España, reduciendo las barreras al comercio que pudieran existir y potenciando el desarrollo de las infraestructuras de transporte adecuadas que conectan al País Vasco con el resto de comunidades, atendiendo no sólo a criterios de accesibilidad en el movimiento de personas, sino también en términos de movilidad de mercancías. Especialmente relevante parece ser el cuidado del posicionamiento de los productos vascos en las comunidades más ricas o con un mayor potencial de crecimiento donde la cuota de comercio no ha crecido especialmente en los últimos años. Es importante que la política económica trate de ayudar a las empresas que venden en nuevos mercados extranjeros, pero sin descuidar las elevadas cuotas que de forma estable mantienen en el resto de España. Adicionalmente, parece conveniente dar los pasos necesarios para impulsar y consolidar las situaciones de ventaja existente en determinados mercados regionales (Castilla y León, Navarra, Madrid, Cataluña,...) e internacionales (Alemania, Francia, Italia y Estados Unidos) derivadas de ventajas históricas, geográficas y empresariales.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALCAIDE J., ALCAIDE P. (2005): «Balance Económico Regional» (Autonomías y Provincias). Años 2000 y 2004. Fundación de las Cajas de Ahorros Confederadas (FUNDACAS). Gabinete de Estadística Regional. Madrid, Diciembre 2005.
- ANDERSON, J. E. y E. VAN WINCOOP (2003): «Gravity with Gravitas: A Solution to the Border Puzzle», *American Economic Review*, 93, 1, 170-92.
- CASTELLS, A. I PARELLADA, M. (1983): «Els fluxos econòmics de Catalunya amb la resta d'Espanya i la resta del món. La Balança de pagaments de Catalunya, 1975» Institut d'Estudis Catalans, treballs de la Secció de filosofia i Ciències Socials, Barcelona, 1983.
- CHEN, N. (2004): «Intra-national versus International Trade in the European Union: Why Do National Borders Matter?», *Journal of International Economics*, 63, 1, 93-118.
- DÍAZ-LANCHAS, J., LLANO C., (2010): «La apertura y competitividad exterior de Cataluña: una visión sintética del comercio de bienes en todos los mercados», *Revista Económica de Catalunya*, No. 63.
- GHEMAWAT P., LLANO C., REQUENA F., (2010): «Competitiveness and interregional as well as international trade: The case of Catalonia». *International Journal of Industrial Organization*. 28 (2010) 415-422.
- GHEMAWAT, P., LLANO C., REQUENA, F. (2009): «Rethinking Regional Competitiveness: Catalonia's International and Interregional Trade, 1995-2006». Editorial Foment. Estudio sobre Competitividad de la Economía Catalana. Coordinado por Pankaj Ghemawat y Xavier Vives. Contribución publicada en *IESE Business School Working Paper* No. 802.
- GIL-PAREJA, S., R. LLORCA, R. y J.A. MARTÍNEZ-SERRANO (2006): «The Border Effect in Spain: The Basque Country Case», *Regional Studies*, 40, 4, 335-345.
- GIL, S., LLORCA, R., MARTÍNEZ, J.A. Y OLIVER, J. (2005): «The Border Effect in Spain», *The World Economy*, 28, 1617-1631
- HELLIWELL, J. F. (1996): «Do National Borders Matter for Quebec's Trade?», *Canadian Journal of Economics*, 29, 3, 507-22.
- ISARD, W. (1951): «Interregional and regional input-output analysis: a model of space economy», *Review of Economics and Statistics*, 33, pp.318-328.
- (1953): «Regional Commodity Balances And Interregional Commodity Flows», *American Economic Review*, vol. 43, pp. 167-180.
- KITSON M., MARTIN R. TYLER P. (2004): Regional Competitiveness: an elusive yet key concept? *Regional Studies*, Vol. 38.9, pp. 991-999.
- KRUGMAN P. (1994): Competitiveness: a dangerous obsession, *Foreign Affairs* 73, 28-44.
- LLANO, C., ESTEBAN, A., PULIDO, A., PÉREZ, J. (2007): «La base de datos C-interreg sobre el comercio interregional de bienes en España (1995-2005): metodología». Documento de trabajo. Instituto L. Klein. Centro Stone. Mayo 2007. [www.c-interreg.es](http://www.c-interreg.es).
- (2008): «La base de datos C-interreg sobre el comercio interregional de bienes en España (1995-2006): metodología». Documento de trabajo. Instituto L. Klein. Centro Stone. Septiembre 2008.
- (2009): «Metodología de estimación de la base de datos C-interreg sobre el comercio interregional de bienes en España (1995-05)». *Ekonimiz*, No 69. Vol:III, pp. 244-270.
- (2010): «Opening the Interregional Trade Black Box: The C-interreg Database for the Spanish Economy (1995-2005)». *International Regional Science Review*. July 2010 33: 302-337.
- LLANO C. (2001): «Economía espacial y sectorial: el comercio interregional en el marco Input-Output». Tesis Doctoral. Junio de 2001. Director D. Antonio Pulido.
- (2004a): «Economía espacial y sectorial: el comercio interregional en el marco Input-Output». Instituto de Estudios Fiscales. Ministerio de Economía y Hacienda. Investigaciones No 1, 2004.
- MCCALLUM, J. (1995): «National Borders Matter: Canadian-U.S. Regional Trade Patterns», *American Economic Review*, 85, 3, 615-23.
- MELLA J. M. Y SANZ B. (2001): «La Balanza de Pagos de la Comunidad de Madrid (1995-1998)». Editorial Civitas. Colección Economía y Empresa. Serie Especial. 2001. Madrid.

- (2003): «La Balanza de Pagos de la Comunidad de Madrid (1998-2001)». Editorial Civitas. Colección Economía y Empresa. Serie Especial. 2003. Madrid.
- MINONDO, A. (2003), «Comercio internacional y efecto frontera en el País Vasco», *Revista de Economía Aplicada*, 11 (32), 115-134.
- MUNROE, D., HEWINGS G. AND GUO D. (2006): «The Role of Intraindustry Trade in Interregional Trade in the Midwest of the US» In Russel J. Cooper, Kieran P. Donaghy and Geoffrey J.D. Hewings . (eds.), *Globalization and Regional Economic Modeling*, Heidelberg, Springer-Verlag
- OKUBO, T. (2004), «The Border Effect in the Japanese Market: A Gravity Model Analysis», *The Japanese and International Economies*, 18, 1-11.
- OLIVER, J. (1997), «La balança comercial amb la resta de l'Estat», en La Balança de Pagaments de Catalunya: Una aproximació als fluxos econòmics amb la resta d'Espanya i l'estranger (1993-1994). Institut d'Estudis Autonòmics, Generalitat de Catalunya, pp. 17-75.
- OLIVER, J., LURIA J., ROCA A., PÉREZ J. (2003), en «La apertura exterior de las regiones en España: Evolución del comercio interregional e internacional de las Comunidades Autónomas. 1995-1998». Institut d'Estudis Autonòmics. Generalitat de Catalunya. Ed Tirant lo blanch. Valencia.
- PALUZIE, E. PONS J.; TIRADO D.A. (2001): Regional Integration And Specialization Patterns In Spain *Regional Studies*, Vol. 35.4, Pp. 285-296.
- PARELLADA, M. (1980): «Los flujos comerciales entre Cataluña y el Resto de España (1975)», *Revista Económica de Banca Catalana*, nº58, 1-11.
- (1982): «El comerç exterior de Catalunya». Els fluxos comercials entre Catalunya i la resta d'Espanya (1975) i entre Catalunya i l'estranger (1975-78), Edicions 62, Barcelona.
- POLENSKE, K. (1980): «The U.S. Multiregional Input-Output Accounts and Model». Lexington Books.
- PORTER M. (1990): *The Competitive Advantage of nations*. Basingstoke, Macmillan.
- PULIDO A.; LLANO C. (2002): «Estructura espacial y sectorial del comercio de Andalucía y su efecto sobre el crecimiento». *Boletín Económico de Andalucía*. Consejería de Economía y Hacienda. Nº 31-32. 2002.
- PULIDO, A. LÓPEZ, A., LLANO, C. (2001): «La Balanza Comercial de la Comunidad de Madrid con el resto de España» en Mella J.M. y Sanz B., «La Balanza de Pagos de la Comunidad de Madrid (1995-1998)». Biblioteca Civitas de Economía y Empresa. Colección Economía, 2001.
- PULIDO, A. LÓPEZ, A., LLANO, C., SÁNCHEZ E. (2003): «La Balanza Comercial de la Comunidad de Madrid con el resto de España» en Mella J.M. y Sanz B., «La Balanza de Pagos de la Comunidad de Madrid (1999-2001)». Biblioteca Civitas de Economía y Empresa. Colección Economía, 2003.
- REQUENA, F.; LLANO C. (2010): «The border effect in Spain: an industry analysis», *Empirica*. 37:455-476.
- REQUENA, F., ARTAL, A., CASTILLO J. (2008): «Testing Heckscher-Ohlin-Vanek model using Spanish regional data», *International Regional Science Review*. Nº 31: 159-184.



**ABELED0 SANCHÍS, Raúl.** Licenciado en Económicas y Máster en Estrategias y Gestión Ambiental por la Universidad de Valencia. Desde 1999 a 2006 desarrolló su actividad profesional como Director de Proyectos Europeos y Consultor en Desarrollo Local y Sostenibilidad en IMEDS. Desde 2006 colabora con la Unidad de Investigación en Economía de la Universitat de València (Econcult) en proyectos europeos y de consultoría en planificación cultural y desarrollo local sostenible. Profesor asociado de la Universidad de Valencia desde 2009, ha finalizado recientemente su tesis doctoral donde estudia las relaciones entre desarrollo local, sostenibilidad ambiental y planificación cultural.

**AYUSO, Mikel.** Licenciado en Ciencias de la Información. Periodista desde hace 23 años. Ha trabajado de redactor, jefe de sección, redactor-jefe, adjunto al director en diversos periódicos, revistas y páginas web. Especialista en información política, económica, cultural. Fue coordinador editorial en Elkarbide y actual director de la web en Res Pública (<http://www.rpublica.org>).

**BECERRA, Martín.** Profesor titular de la Universidad Nacional de Quilmes y de la Universidad de Buenos Aires. Es investigador independiente en el Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Tecnológicas (CONICET) y Doctor en Ciencias de la Información por la Universidad Autónoma de Barcelona. Ha publicado *Los dueños de palabra* (sobre América Latina) y *Los monopolios de la Verdad* (sobre Centroamérica) (2009) y *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina* (2006), en colaboración con Guillermo Mastrini y *Sociedad de la Información: proyecto, convergencia y divergencia* (2003). Ha sido secretario académico y director del Departamento de Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Quilmes.

**CAPÓ-VICEDO, Josep.** Profesor en el Departamento de Organización de Empresas de la Universitat Politècnica de València. Ingeniero Industrial y doctor en Organización de Empresas por la Universitat Politècnica de València. Su investigación se centra en clusters y distritos industriales, redes y relaciones interorganizativas en las PYME. Ha publicado numerosos artículos en revistas nacionales (*Investigaciones Regionales, Revista de Estudios Regionales, Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa, Economía Industrial*) e internacionales (*European Planning Studies, Industrial Marketing Management, SupplyChain Management, Regional Studies, Eure, International Entrepreneurship & Management Journal*), habiendo participado en conferencias y congresos nacionales e internacionales.

**CORSI, Marcella.** Profesora de Economía en la Universidad «La Sapienza» de Roma y profesora visitante en la ULB (Departamento de Economía Aplicada). Doctorado en Economía por la Universidad de Manchester (Reino Unido) y licenciada en Estadística / Economía de la Universidad de Roma «La Sapienza». Actualmente es coordinadora científica de EGGSI - Red sobre igualdad de género, inclusión social, salud y cuidados de larga duración dentro de la Comisión Europea, DG Empleo y Asuntos Sociales y miembro principal del Grupo de Trabajo de Investigación de la Unión Europea Red de Microfinanzas. Ha hecho varios proyectos de investigación y ha trabajado como consultor de la OCDE, el Parlamento Europeo y la Comisión Europea, y en varias instituciones italianas. Su investigación se centra en cuestiones relacionadas con la inclusión social, protección social y la distribución del ingreso (a menudo en una perspectiva de género). En el campo de las microfinanzas, es autora de varios artículos, y editora del libro *Donne e Microfinanza: Uno sguardo ai paesi del Mediterraneo* (Aracne, 2008). Miembro del comité científico de la Fundación Risorsa Donna, que trabaja principalmente con mujeres emigrantes.

**CUBELES, Xavier.** Responsable del área de Economía de la cultura del Laboratorio de Cultura y Turismo de la Fundación Barcelona Media desde febrero de 2009. Licenciado en derecho y profesor de la Facultad de Comunicación de la Universitat Pompeu Fabra de Barcelona. Ha desarrollado su actividad en el campo de la investigación y la consultoría en los ámbitos de la economía, la gestión y las políticas de la cultura, la comunicación y las industrias creativas.

**CUNNINGHAM, Stuart.** Catedrático de Comunicación y Medios en la Universidad Tecnológica de Queensland —Australia— y es director del *Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation*. Es un investigador mundialmente reconocido por sus contribuciones en el campo de la comunicación y de la cultura, especialmente en relación con la política cultural y con las industrias creativas; en esta última es uno de los pioneros a nivel mundial. Ha contribuido a la realización de múltiples informes, para la británica *National Endowment for Science, Technology and the Arts (NESTA)* —2008: *Beyond the creative industries: mapping the creative economy in the United Kingdom* (con Peter Higgs y Hasan Bakhshi)—, la agencia de las Naciones Unidas UNCTAD, y otras australianas. Ha coeditado con importantes autores internacionales. Es particularmente interesante el artículo con Jason Potts, «Four models of the creative industries», *International Journal of Cultural Policy*, vol 14-3: 233-247, que ha sido traducido al francés en un número de *Revue d'Economie politique* (2010), nº 1, en un especial sobre Economía cultural.

**DÍAZ LANCHAS, Jorge.** Investigador pre-doctoral del Departamento de Análisis Económico: Teoría Económica e Historia Económica de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la UAM. Investigador de C-interreg. CEPREDE.

**ERASO, Santiago.** Gestor cultural y director de Arteleku. Ha sido miembro del jurado de selección de los artistas de DISONANCIAS 2006, y asesor del proyecto

desde Arteleku. Gestor cultural, licenciado en Filosofía y Letras y ha dirigido el centro de arte y cultura contemporánea Arteleku en San Sebastián hasta el año 2006. A lo largo de estos años ha participado en distintos foros y encuentros donde se han debatido las cuestiones centrales del pensamiento contemporáneo. Forma parte del equipo de dirección de «Arte y pensamiento» de la Universidad Internacional de Andalucía y asesor de contenidos del nuevo proyecto cultural (Centro Internacional de Cultura Contemporánea) de San Sebastián.

**ERAUSKIN, Iñaki.** Profesor del Departamento de Economía de la Facultad de CC.EE. y Empresariales-Deusto Business School de la Universidad de Deusto. Es licenciado en CC.EE. y Empresariales por la ESTE-Universidad de Deusto, M.A. (Econ) en Economía por la Universidad de Manchester, y doctor en Ciencias Económicas con Mención Europea por la Universidad del País Vasco. Ha publicado artículos en diversas revistas especializadas, tales como *Investigaciones Económicas*, *SE-RIEs The Official Journal of the Spanish Economic Association*, *Investigaciones Regionales*, y *Estudios Empresariales*, entre otras. Su investigación se centra en las áreas del crecimiento económico y la macroeconomía internacional.

**FINA, Xavier.** Licenciado en Filosofía (UAB) y Máster en gestión cultural (UB). Ha sido coordinador académico del Máster en gestión cultural de la Universidad de Barcelona y profesor de Políticas Culturales en la Universidad Autónoma de Barcelona. Actualmente es jefe del Departamento de Producción y Gestión Cultural de la Escuela Superior de Música de Cataluña. Director de Contenidos del Observatorio Vasco de la Cultura (2006-2010). Dirige ICC Consultors. Formó parte de la Oficina del Comisionado para el Consejo de la Cultura y de las Artes de Cataluña. Es autor de diversas publicaciones relativas a sectores y políticas culturales y participa en proyectos de planificación estratégica.

**GUARINI, Giulio.** Licenciado en Ciencias Económicas (Universidad de Roma «La Sapienza»). Doctor en Economía (Universidad La Sapienza de Roma) en 2007. Ha realizado investigaciones en la Universidad de Sussex y la Universidad de Oxford (2004). Sus intereses de investigación son la desigualdad, el desarrollo de indicadores, la política de desarrollo y la cohesión. Actualmente trabaja en el Departamento de Ciencia Estadística (Departamento de Estadística) de la Facultad de Ciencia Estadística en la Universidad de Roma «La Sapienza». Ha publicado numerosos trabajos.

**KANE, Oumar.** Profesor de comunicación en el Departamento de Comunicación social y pública de la Universidad de Quebec, en Montreal (UQAM). Es miembro del Grupo de investigación interdisciplinar sobre la información, la comunicación y la sociedad (GRICIS), en donde realiza investigaciones sobre la comunicación internacional y sobre la economía política de la comunicación; en especial, sobre los diferentes aspectos de la gobernanza de los sistemas de comunicación y la socioeconomía de las industrias de la cultura y de la comunicación. De forma complementaria, sus otros intereses de investigación son: la investigación en comunicación

—epistemología, metodología y teorías—, así como lo simbólico en comunicación y los estudios poscoloniales.

**LASKURAIN ARGARATE, Juan Luis** Licenciado en Ciencias Económicas. Ha sido alcalde de Gordexola, diputado de Acción Municipal y diputado de Hacienda y Finanzas en la Diputación Foral de Bizkaia, presidente del Tribunal Vasco de Cuentas Públicas, director general de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Bilbao y, en la actualidad, *chief executive officer* de Digipen Institute of Technology Europe-Bilbao. Ha tenido cargos directivos en la Cámara de Comercio de Bilbao y Gobierno Vasco y actividad docente en la Universidad del País Vasco. Actualmente es Presidente del Foro Rural Mundial.

**LLANO VERDURAS, Carlos.** Profesor contratado y doctor en el Dpto. de Análisis Económico de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad Autónoma de Madrid, donde coordina el Master de Economía Internacional. Investigador del Instituto Klein y CEPREDE como Director del Proyecto C-INTEREG, sobre comercio interregional español. Ha desarrollado numerosas investigaciones relevantes en comercio interregional y modelización de las interacciones económicas en el espacio (modelos de interacción espacial, econometría espacial y modelos *input-output* interregionales).

**MARCO-SERRANO, Francisco.** Licenciado en Economía en 1999 por la Universidad de Valencia. Actualmente trabaja como economista en Key Productivity Consulting, S.L.N.E. desde 2007 en trabajos de consultoría. Fue Director General en Esmalglass do Brasil Limitada. Desde 2006 a 2007, Gerente general y Secretario de la Empresa en Esmalglass (UK) Limited desde 2002 a 2006 en el sector químico. Asistente del Controller y en formación en Esmalglass, S.A. de 2000 a 2001. Posgrado en Dirección de Operaciones por la Universitat Oberta de Catalunya en 2006. Diploma de Estudios Avanzados en Economía (Análisis Económico) en 2001 por la Universidad de Valencia y evaluador en varias revistas académicas.

**MARTÍNEZ-FERNÁNDEZ, M<sup>a</sup>. Teresa.** Profesora titular de Universidad en el Departamento de Administración de Empresas y Marketing de la Universitat Jaume I de Castellón. Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad de Valencia y doctora en Administración de Empresas por la Universitat Jaume I. Su investigación se centra en las relaciones interorganizativas en los distritos industriales, concretándose en distintas participaciones en congresos de ámbito nacional e internacional (ACEDE, AEDEM, AECR, EURAM, EGOS o SMS). Ha publicado numerosos trabajos y artículos acerca de estrategia, tanto en revistas nacionales (*Revista de Estudios Regionales, Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*) como internacionales (*Environment&Planning A, EuropeanPlanningStudies, ResearchPolicy, Entrepreneurship and Regional Development, Papers in Regional Science, Industrial Marketing Management, Strategic Management Journal*).

**MASTRINI, Guillermo.** Profesor titular de la Universidad Nacional de Quilmes, donde es Director de la Maestría en Industrias Culturales. También es profesor titular en la Universidad de Buenos Aires. Ha publicado *Los dueños de palabra* (sobre América Latina) y *Los monopolios de la Verdad* (sobre Centroamérica) en colaboración con Martín Becerra (2009); *Sociedad de la Información en la Argentina. Políticas públicas y participación social*, (2006), *Periodistas y magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*, en colaboración con Martín Becerra (2006), y *Mucho ruido, pocas leyes. Economía y política en la comunicación en la Argentina (1920-2004)* (2005), entre otros. Fue Presidente de la Federación Argentina de Carreras de Comunicación Social, y Director de la Carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Buenos Aires.

**MENA, Itziar** Licenciada en Ciencias de la Información. Desde el año 1981 hasta 1996 ha desempeñado distintos puestos de responsabilidad en EITB, tras trabajar como redactora en el periódico DEIA. Desde el año 1996 hasta el 2003 dirigió el Gabinete del Rector en la UPV/EHU y posteriormente fue Directora Adjunta de la Asociación para la Revitalización del Bilbao Metropolitano, Bilbao Metropoli-30. A partir de 2004 y hasta la actualidad es Directora de EIKEN, la Asociación Cluster Audiovisual de Euskadi.

**MIGUEL DE BUSTOS, Juan Carlos.** Master en Economía por la Universidad de Grenoble, doctor en Ciencias de la información (UPV/EHU), catedrático de Estructura del Sistema Audiovisual de la Universidad del País Vasco/EHU y profesor visitante en varias Universidades españolas y extranjeras. Su ámbito de enseñanza e investigación está relacionado con los aspectos económicos de las industrias culturales. Ha publicado entre otros *Los grupos multimedia o Comunicación sostenible en la Sociedad de la Información*. En la actualidad es el investigador principal del proyecto de investigación «El impacto de Internet en la redefinición del servicio público de las televisiones públicas autonómicas (2009-2012)» en el que participan 13 universidades españolas.

**MUÑOZ, Pere.** Director del Laboratorio de Cultura y Turismo de la Fundación Barcelona Media desde septiembre del año 2009. Licenciado en Derecho y Postgrado en Gestión y Políticas Culturales por la Universidad de Barcelona y máster en Gestión Cultural por la Universidad Complutense de Madrid. Fue director general de Cultura del Govern de les Illes Balears (1999-2003), y responsable de distintos proyectos en el ámbito privado de la producción cultural.

**NICOLAU-JULIÀ, Débora.** Becaria FPI de la Generalitat Valenciana en el Departamento de Organización de Empresas en la Universitat Politècnica de València. Licenciada en Administración y Dirección de Empresas por la Universitat Politècnica de València. Actualmente está realizando su tesis doctoral analizando el capital social en el distrito industrial y su efecto sobre la innovación en las empresas. Como resultados concretos señalaremos distintas publicaciones en revistas dentro del Ma-

nagement (Organización y Dirección, DYNA) y participación en congresos nacionales (AEDEM, AEMARK, RER). Asimismo, ha participado en proyectos y contratos de investigación con organizaciones públicas y privadas de ámbito local y nacional.

**O'CONNOR, Justin.** Profesor en la Facultad de industrias creativas de la Universidad de Queensland y profesor visitante en el Departamento de Humanidades de la Shanghai Jiaotong University. Hasta septiembre de 2008 fue profesor de Industrias culturales en la *School Performance and Cultural Industries*, de la Universidad de Leeds. Sus principales área de interés son las culturas contemporáneas urbanas, las industrias culturales y creativas, la política cultural y la regeneración urbana en los cuales ha liderado la creación de múltiples estudios de posgrado. Su investigación dio lugar a la creación del Servicio para el desarrollo de las industrias creativas, de Manchester, que es la primera agencia local británica para el desarrollo local de dichas actividades. Ha liderado también proyectos para el desarrollo de estrategias de las industrias creativas en San Petersburgo. También desarrolla proyectos con diversas universidades chinas. De sus publicaciones recientes cabe destacar *Arts and creative industries: A historical overview and an Australian conversatio* (junto a with Stuart Cunningham y Luke Jaaniste), *Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation*.

**PARDO, Jordi.** Coordinador científico del Laboratorio de Cultura y Turismo de la Fundación Barcelona Media del que fue director de 2007 a 2010. Licenciado en Geografía e Historia, máster en administración pública y diplomado en Dirección y Gestión de empresas innovadoras, por ESADE. Miembro del grupo de expertos para el Programa de la Unión Europea / UNESCO de Cultura, Desarrollo y Gobernanza. Ha sido directivo en administraciones públicas y en el sector empresarial privado.

**RAUSELL KÖSTER, Pau.** Economista, doctor y profesor titular del Departamento de Economía Aplicada de la Universitat de Valencia. Desde 1993 es director del Área de Investigación en Economía Aplicada a la Cultura del mismo departamento. Pertenece también al Área de investigación en Turismo y Economía de la Cultura del Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local de las Universidades de Valencia y Jaume I de Castellón. Participa en proyectos de investigación europeos (Sostenuto), e iberoamericanos (Observatorio Iberoamericano de Cultura, Proyecto SIEDECC). Ha publicado numerosos libros y artículos centrados en el ámbito de la cultura y la comunicación.

**RODRIGUEZ SUSO, Carmen.** Coordinadora general de Musikene. Fue investigadora en la École Pratique des Hautes Etudes de París. Ha sido profesora en el Instituto de Bachillerato Julio Caro Baroja de Getxo y en el Conservatorio de Bilbao. Es profesora titular de Historia de la Música en la UPV-EHU. Su tesis doctoral fue premiada con el Premio Rafael Mitjana de Musicología. Asimismo, fue subdirectora del Conservatorio de Bilbao y miembro del Comité Artístico de la Orquesta Sinfónica de Bilbao. En la actualidad, es presidenta de la AACTE (Asociación para el Avance

de la Ciencia y la Tecnología en España) y miembro del Panel de Expertos de Aneca para Artes y Humanidades.

**RUIZ ALDASORO, Pedro** Actualmente es presidente de la asociación Creativity Zentrum y presidente de la red europea Creanova. También forma parte de la directiva del Capítulo E. del Club de Roma, y del Consejo Rector de Bulka Business Angels. Participó en la gestión inicial del Guggenheim Bilbao Museoa. Fue socio fundador y Consejero Delegado de la productora Pausoka durante más de quince años.

**SOLUPE URRESTI, Haritz.** Ha sido director general de Promoción y Difusión Cultural del Departamento de Cultura y Euskara de la Diputación Foral de Gipuzkoa en el periodo 2007-2011. Durante este periodo ha dirigido las políticas de impulso a la creación y generación de contenidos culturales y ha sido parte responsable del encauzamiento del proyecto Tabakalera desde la Diputación Foral de Gipuzkoa y responsable del proceso de confluencia entre Arteleku —centro de creación artística de titularidad foral— y Tabakalera.

**SPÀ NOVELLAS, Carles.** Estudios en Ciencias Políticas (Universidad Nacional de Educación a Distancia). Fundó la empresa de gestión cultural Arcàdia, de la que fue gerente (1999-2004) y ha sido director-gerente de la Fundación Cooperadores de Mataró (2005-2006). Desde el año 2000 realiza estudios de planificación en el ámbito de la cultura y la educación. En 2006 se incorpora a ICC Consultores como director de proyectos.

**ZALLO, Ramón.** Licenciado en Derecho y en Economía, doctor en Ciencias de la Información, y catedrático de Comunicación Audiovisual en la Universidad del País Vasco. Es autor de libros como *Economía de la comunicación y la cultura* (1987), *El mercado de la cultura* (1992), *Industrias y políticas culturales en España y País Vasco* (1995) y *El Pueblo Vasco, hoy. Cultura, historia y sociedad en la era de la diversidad y del conocimiento* (2007). La última colaboración con E. Bustamante (coord) ha sido *Las industrias culturales audiovisuales e Internet* (2011) y actualmente en imprenta *Estructuras de la comunicación y la cultura. Políticas para la era digital* (Gedisa). Como analista político ha publicado entre otros, *Euskadi o la Segunda Transición* (1996), *El país de los vascos: desde los sucesos de Ermua al segundo Gobierno Ibarretxe* (2001) y ha coordinado *El País Vasco en sus encrucijadas: análisis y propuestas* (2008). Ha sido asesor de Cultura del Gobierno Vasco (2002-2009) periodo en el que coreactó el Plan Vasco de Cultura 1 y 2 (2004 y 2009), participó en la redacción del Libro Blanco del Audiovisual de Euskadi (2003) y en la puesta en marcha del Observatorio Vasco de la Cultura (2006), así como en la preparación, hasta marzo del 2009, de la legislación relativa a radio FM, Televisión Digital, Consejo del Audiovisual y financiación del sector audiovisual en el País Vasco.

# NATURALEZA, OBJETIVOS Y PERFIL EDITORIAL DE LA REVISTA *EKONOMIAZ*

## DECLARACIÓN DE OBJETIVOS

Las revistas, en tanto que son los principales medios de comunicación científica; poseen una gran responsabilidad en el desarrollo de la ciencia. Su forma de contribuir a él es estableciendo una política editorial definida y transparente respecto a los aspectos que tienen que ver con la ética de la investigación y publicación, el proceso de evaluación y «arbitraje» científico, la buena gestión profesional y otros aspectos editoriales fundamentales.

*Ekonomiaz* se fundó en 1985, lleva casi un cuarto de siglo inmersa en la comunidad científica económica. Sus objetivos fundamentales son: a) la promoción de la investigación científica universitaria y la divulgación de sus resultados en los campos de la teoría y la economía empírica y aplicada, con especial atención a los de la Economía, el Derecho y la Administración del Sector Público; b) la divulgación de calidad de los avances científicos conseguidos en las áreas que cultiva; c) la colaboración en la racionalidad del proceso de toma de decisiones públicas en materia económica, facilitando explicaciones, fundamentos y datos para respaldar el diseño, la ejecución y la evaluación de las políticas económicas de la Administración Pública vasca.

*Ekonomiaz* siempre ha adoptado una perspectiva científica rigurosa basada en el realismo científico entre cuyos componentes figuran la objetividad, la imparcialidad, el enfoque global e interdisciplinar y la contrastación empírica de hipótesis y resultados. Con el subtítulo de *Revista Vasca de Economía* se ha querido subrayar que aunque sus análisis no se circunscriben exclusivamente a su ámbito territorial natural, el conocimiento de la economía vasca y la perspectiva del desarrollo y la innovación regional deben estar siempre presentes.

La concepción del contenido de la revista se basa en la elección de un tema central sobre el que pivotan los artículos. La elección de dichos temas se guía por el criterio de relevancia en su doble acepción de importancia y pertinencia: los temas seleccionados son aquellos que se encuentran en cada momento en el centro del debate académico, político y social. Sin embargo, *Ekonomiaz* no se limita a abordar los temas candentes del momento, con una visión a corto plazo; sino que como herramienta de prospección

económica a medio y largo plazo intenta también penetrar en el futuro. Por ello, *Ekonomiaz* trata de situarse lo más cerca posible de la vanguardia del conocimiento planteando temas que puedan llegar a ser objeto de especial interés y atención en el mundo académico y político. Además, la revista incorpora la sección «Otras colaboraciones» donde se publican trabajos originales «no solicitados expresamente» relativos a asuntos de interés en la economía real y la investigación académica.

## GESTIÓN EDITORIAL

La gestión editorial de la revista *Ekonomiaz*, que es uno de los elementos esenciales de la política editorial, descansa en dos órganos: el Consejo de Redacción y la Dirección ejecutiva. El primero es el responsable de mantener la línea editorial, así como de la selección de los temas centrales de investigación, del asesoramiento científico general y de la relación con centros de investigación y universidades. Los miembros de este consejo se eligen de acuerdo con principios de excelencia profesional y académica, y capacidad investigadora, así como con criterios de experiencia en tareas de dirección, y, a ser posible, en la de edición de revistas científicas. Las funciones de dirección ejecutiva son asumidas por un equipo integrado por un director ejecutivo, un subdirector y tres editores. Este equipo es el responsable del buen funcionamiento de los procesos de selección, evaluación (basado en un sistema de doble evaluación anónima) y publicación de los trabajos originales.

*Ekonomiaz* está admitida en el Catálogo de revistas Latindex al cumplir la mayoría de los criterios bibliográficos de calidad establecidos por el acreditado sistema de información, tanto para revistas escritas como electrónicas. Hay que subrayar que en el Catálogo Latindex sólo aparecen las revistas previamente seleccionadas y clasificadas según criterios internacionales de calidad editorial previamente probados y convenidos por el Sistema Latindex.

Dichos criterios son utilizados por la base de datos DICE (Difusión y Calidad Editorial de las Revistas Españolas de Humanidades y Ciencias Sociales y Jurídicas) que tiene como objetivo facilitar el conocimiento y la consulta de algunas de las características editoriales de las revistas españolas de Humanidades y Ciencias Sociales más estrechamente ligadas a la calidad. La base de datos DICE está desarrollada por el CINDOC (Centro de Información y Documentación científica) y la ANECA (Agencia Nacional de Evaluación de la Calidad y Acreditación).

La revista *Ekonomiaz* está calificada dentro de las 17 mejores revistas vivas de Economía según los criterios de evaluación de revistas científicas del DICE perteneciente al CINDOC del CSIC (Centro Superior de Investigaciones Científicas). Asimismo, está incluido en el DOAJ (Directory of Open Access Journals) y en RePec, la mayor biblioteca digital mundial de acceso abierto.

Todos los artículos de los monográficos de la revista *Ekonomiaz* están accesibles en nuestra web <http://www1.euskadi.net/ekonomiaz>

# NORMAS DE PRESENTACIÓN DE TEXTOS ORIGINALES A LA REVISTA *EKONOMIAZ*

## 1. ORIGINALIDAD

La originalidad que exige *Ekonomiaz* obliga a que el contenido de los artículos no podrá haber sido publicado y tampoco figurar en otro trabajo que esté a punto de publicarse o en proceso de publicación en cualquier otra revista nacional o extranjera (en una versión similar traducida), ya sea de edición ordinaria o electrónica. Se entiende por publicación repetitiva no sólo el duplicado exacto de un artículo, sino también la publicación repetida de esencialmente la misma información y análisis, así como formar parte de un libro del autor o colectivo.

Además, en la carta de presentación de artículos originales se debe incluir la declaración de que el manuscrito se ha enviado solamente a *Ekonomiaz* y que, por tanto, no se ha enviado simultáneamente a ninguna otra.

De no haber una declaración expresa de la contribución específica de cada uno de los autores o autoras en un trabajo colectivo, se entiende que todos ellos indistintamente han participado en la concepción y el diseño, la recogida de datos, el análisis y la interpretación de los mismos, la redacción del borrador, la revisión crítica del artículo y la aprobación final.

## 2. RIGOR Y CALIDAD

Los factores sobre los que se fundamenta la calidad exigida a los trabajos originales que se presentan y, en consecuencia, la decisión sobre la aceptación y rechazo de los originales por parte de Consejo de Redacción de *Ekonomiaz* son, básicamente, los siguientes:

- Originalidad de los resultados obtenidos o hipótesis verificadas (con distintos grados). Actualidad y novedad científica.
- Relevancia social y epistemológica: utilidad o aplicabilidad y significación o avance en el conocimiento.
- Fiabilidad y validez científica, es decir, calidad metodológica contrastada.

- Redacción excelente, estructura y coherencia lógica y buena presentación material. Asimismo *Ekonomiaz* recomienda y valora la incorporación de la perspectiva de género en los análisis efectuados. Los originales deberán estar escritos en lengua española, inglesa o euskera.

### 3. ESTILO

Debe cuidarse el estilo y la claridad de la escritura, respetarse escrupulosamente las normas gramaticales y recomendaciones de las autoridades de la lengua, y evitarse las expresiones redundantes e innecesarias, así como un uso sexista del lenguaje. Cuando el idioma original no sea el inglés, se desaconseja el uso de anglicismos técnicos, salvo que no exista voz ni forma de adaptación al español o al euskera, así como los anglicismos sintácticos o de construcción. Las normas internacionales ISO (UNE, en español) son de especial relevancia y deben tenerse en cuenta en el ámbito de la edición científica.

La Redacción de la revista podrá hacer modificaciones menores de redacción: eliminar errores gramaticales y tipográficos; expresiones poco afortunadas; giros vulgares o enrevesados, frases ambiguas o afirmaciones dudosas,... a fin de asegurar la corrección gramatical, la adecuación al estilo científico y el estricto respeto a las normas técnicas y de estilo de las fuentes más autorizadas: el Libro de Estilo del IVAP (Instituto Vasco de Administración Pública); y los diccionarios de la Real Academia de la Lengua Española y Euskaltzaindia.

Obviamente no pueden introducirse cambios en el contenido sustancial del artículo sin conocimiento y aceptación del autor. Dado que la responsabilidad del contenido de un trabajo así como su propiedad pertenecen a los autores hasta que no es publicado en *Ekonomiaz*, la revista les informará de los posibles cambios y modificaciones de significado que hayan podido producirse durante la revisión crítica y estilística del original, previa a su publicación, y pedirá autorización para modificar el contenido y adaptarlo al estilo editorial. El autor o autora deberá aceptar las correcciones de estilo propuestas por *Ekonomiaz* o rechazarlas razonadamente.

### 4. EVALUACIÓN PRECEPTIVA

Los artículos originales recibidos son sometidos al proceso de doble evaluación anónima mediante evaluadores profesionales externos, independientemente de si los trabajos han sido presentados por los autores o autoras a la redacción sin solicitud previa o si han sido pedidos expresamente por los editores o el coordinador nombrado para dirigir el monográfico. *Ekonomiaz* cuenta con una cartera de evaluadores de primer nivel, acreditados por su participación activa y regular en procesos de evaluación de publicaciones nacionales y extranjeras de prestigio. El equipo de la redacción junto con el Consejo de Redacción supervisa y evalúa la calidad de las revisiones y de los evaluadores externos.

## 5. NORMAS DE PRESENTACIÓN FORMAL DE MANUSCRITOS

1. Los originales, que podrán estar escritos en español, euskera o inglés, en formato MICROSOFT WORD® o compatible, deberán remitirse en versión electrónica bien por correo electrónico (economia@ej-gv.es) o por correo ordinario (en disquette de 3,5», pen drive o en CD-Rom) a la siguiente dirección:

Revista *EKONOMIAZ*  
Dirección de Economía y Planificación  
Departamento de Economía y Hacienda  
Eusko Jaurlaritza / Gobierno Vasco  
Donostia-San Sebastián, 1  
01010 Vitoria-Gasteiz

2. La Redacción de *Ekonomiaz* acusará recibo de los originales, y notificará al autor, a la dirección de contacto señalada, las posibles incidencias del envío. Para cualquier información sobre el proceso editorial, los autores pueden contactar con la redacción en: <economia@ej-gv.es>.
3. Los originales deberán estar mecanografiados a espacio y medio, con un cuerpo de letra de tipo 12 y con márgenes mínimos de 2,5 centímetros. La extensión de los trabajos deberá estar comprendida entre 25-40 páginas, incluidos apéndices, cuadros y gráficos. En la primera página deberá constar el nombre del autor o autores junto con la institución a la que pertenezcan, además de una dirección de contacto, que incluirá tanto los datos postales como los números de teléfono, fax y la dirección de correo electrónico. Esta dirección de contacto será la empleada en las comunicaciones de los editores de la revista.
4. Cada original incluirá, en una hoja independiente, un resumen del trabajo de no más de 125 palabras en español y en inglés, un índice del contenido, una lista de palabras clave también en español e inglés (al menos dos y no más de cinco) y las referencias correspondientes a la clasificación del *Journal of Economic Literature*.
5. El texto correspondiente al contenido del trabajo presentado deberá comenzar en una nueva página. Las distintas secciones en las que se estructure el artículo han de numerarse de forma correlativa siguiendo la numeración arábiga (incluyendo como 1ª la sección de introducción) y la rúbrica correspondiente se consignará en letras minúsculas tipo negrita. Consecutivamente, los apartados de cada sección se numerarán con dos o, si fuera preciso, tres dígitos (por ejemplo: 2.3, 2.3.2).
6. Los cuadros, gráficos estadísticos y el material gráfico, en general, se numerarán de forma consecutiva en cada categoría y siempre con números arábi-

gos. En cuanto a su ubicación en el original, siempre figurarán al final del documento, tras las referencias y, en su caso, los apéndices; a lo largo del texto se indicará claramente el lugar preciso en el que deberán aparecer en la versión impresa. Su utilización debe ser siempre medida, no debiéndose incluir información innecesaria o irrelevante.

7. Si el artículo incluye representaciones gráficas, se adjuntarán los datos numéricos que sirven de base para su elaboración.
8. Las ecuaciones y cualquier otra expresión matemática deberán aparecer numeradas de forma correlativa a lo largo del texto y con alineamiento al margen derecho.
9. Las notas que se intercalen en el texto deberán limitarse por criterios de estricta oportunidad, de acuerdo con el desarrollo del trabajo. Para referenciar las notas que pudieran incluirse en tablas o cuadros se usarán letras minúsculas (<sup>a</sup>, <sup>b</sup>, etc.), presentado su contenido al pie del respectivo cuadro o gráfico. Los agradecimientos y cualquier otra información que pudiera incorporarse figurarán referenciadas mediante un asterisco asociado al título del artículo o al nombre del autor o autores según corresponda.
10. Las referencias a la literatura científica invocadas en el trabajo figurarán tras la última sección del artículo y bajo la rúbrica Referencias bibliográficas. Se detallarán por orden alfabético de autores (no numerada). Su correcta verificación es responsabilidad del autor. Las citas aparecerán en el texto según el formato «autor-fecha», distinguiendo mediante letras minúsculas consecutivas si existen coincidencias de autor y año. Las referencias en el texto que incluyan hasta dos autores deben ser completas, usándose la fórmula *et al.* para un mayor número de autores.
11. En cuanto a la composición de las entradas en la lista bibliográfica se ajustarán al siguiente formato:

AUERBACH, A. y KOTLIKOFF, L. J. (1983): «National savings, economic welfare, and the structure of taxation», en Feldstein, M.S. (ed.), *Behavioural simulation methods in tax policy analysis*, NBER-The University of Chicago Press, 459-498, Chicago.

COWELL, F.A. (1990): *Cheating the government: The economics of tax evasion*, Massachusetts MIT Press, Cambridge.

HOOVER, K. (1984): «Comment on Frazer and Boland-II», *American Economic Review*, 74: 789-794.

——— 1988: *The New Classical Macroeconomics*, Blackwell, Oxford.

——— 1989: «Econometrics as Measurement», mimeo.

——— 1990: «Scientific Research Program or Tribe? A joint appraisal of Lakatos and the New Classical Macroeconomics», University of California, working Paper, 69, Davis.

——— 1991a: «Calibration and the Econometrics of the Macroeconomy», mimeo.

——— 1991b: comunicación privada.

MIRRLEES, J.A. (1971): «An exploration in the theory of optimum income taxation», *Review of Economic Studies*, 38: 175-208.

SEGURA, J. (1991): «Cambios en la política de defensa de la competencia y la política industrial», *Ekonomiaz*, 21: 32-49.

12. En el caso de que el original se acepte para su publicación, el autor o autora se compromete a satisfacer las recomendaciones y prescripciones de los informes de evaluación y presentar una versión mejorada. También deberá revisar las pruebas de imprenta en un plazo máximo de cuatro días desde su recepción.
13. Los autores o autoras recibirán dos ejemplares del número de la revista en el que se publique el original, así como la versión definitiva en PDF de su artículo.

## 6. DERECHOS DE PROPIEDAD

*Ekonomiaz* será recepcionista de todos los derechos de propiedad de los artículos originales recibidos y publicados que serán gestionados conforme a la licencia Creative Commons , incluyendo reconocimiento y no uso comercial ni de obras derivadas, salvo permiso y en las condiciones establecidas por el propietario de los derechos.

## Relación de evaluadores que colaboran con *Ekonomiaz* Revista vasca de Economía

| Apellidos, Nombre                    | Organismo                          |
|--------------------------------------|------------------------------------|
| Aixalá Pasto, José                   | Universidad de Zaragoza            |
| Alcántara Escolano, Vicent           | Universidad Autónoma de Barcelona  |
| Alonso Carrera, Jaime                | Universidad de Vigo                |
| Altuzarra Artola, Amaia              | EHU-UPV Universidad del País Vasco |
| Alvarado García, Carlos Agustín      | Universidad de Deusto              |
| Alvarez Otero, Susana                | Universidad de Oviedo              |
| Álvarez Peralta, Ignacio             | Universidad Complutense de Madrid  |
| Ansuategi Cobo, Alberto              | EHV-UPV Universidad del País Vasco |
| Aranguren Querejeta, María José      | Universidad de Deusto - ESTE       |
| Araujo de la Mata, Andrés            | EHU-UPV Universidad del País Vasco |
| Arévalo Tomé, Raquel                 | Universidad de Vigo                |
| Arriola Palomares, Joaquín           | EHU-UPV Universidad del País Vasco |
| Arto Olaizola, Iñaki                 | EHU-UPV Universidad del País Vasco |
| Astorkiza Ikazuriaga, Inmaculada     | EHU-UPV Universidad del País Vasco |
| Ayala Cañón, Luis                    | Ministerio de Economía y Hacienda  |
| Bárcena Martín, Elena                | Universidad de Málaga              |
| Bastida Vilà, Benjamín               | Universidad de Barcelona           |
| Bermejo Gómez de Segura, Roberto     | EHU-UPV Universidad del País Vasco |
| Betzuen Zalbidegoitia, Amancio       | EHU-UPV Universidad del País Vasco |
| Bonilla Regadera, José Miguel        | Tribunal Vasco Cuentas Públicas    |
| Borrell Arqué, Joan Ramón            | Universidad de Barcelona           |
| Caballero Miguez, Gonzalo            | Universidad de Vigo                |
| Cabasés Hita, Juan Manuel            | Universidad Pública de Navarra     |
| Calero Pérez, Pedro                  | Universidad de Salamanca           |
| Camarero Izquierdo, Carmen           | Universidad de Valladolid          |
| Cantarero Prieto, David              | Universidad de Cantabria           |
| Cantó Sánchez, Olga                  | Universidad de Vigo                |
| Carpintero Redondo, Oscar            | Universidad de Valladolid          |
| Cerbán Jimenez, Maria del Mar        | Universidad de Cádiz               |
| Cuello de Oro Celestino, Diego Jesús | Universidad de Valladolid          |
| Chamorro Gómez, José Manuel          | EHU-UPV Universidad del País Vasco |
| De Pablo Valenciano, Jaime           | Universidad de Almería             |

| <b>Apellidos, Nombre</b>          | <b>Organismo</b>                   |
|-----------------------------------|------------------------------------|
| De Rus Mendoza, Ginés             | Universidad de Las Palmas          |
| Del Río Otero, Coral              | Universidad de Vigo                |
| Del Saz Salazar, Salvador         | Universidad de Valencia            |
| Del Valle Erkiaga, Ikerne         | EHU-UPV Universidad del País Vasco |
| Déniz Mayor, José Juan            | Universidad de Las Palmas          |
| Díez Roldán, Carmen               | Universidad de Castilla-La Mancha  |
| Durán Cabré, José María           | Universidad de Barcelona           |
| Elizagárate Gutierrez, Victoria   | EHU-UPV Universidad del País Vasco |
| Elizagárate Gutierrez Juan Carlos | EHU-UPV Universidad del País Vasco |
| Escapa García, Marta              | EHU-UPV Universidad del País Vasco |
| Escudero de la Hera, Juan Carlos  | Gobierno Vasco                     |
| Esteban Galarza, Marisol          | EHU-UPV Universidad del País Vasco |
| Esteller Moré, Alejandro          | Universidad de Barcelona           |
| Estoa Pérez, Abel                 | Comisión Nacional de la Energía    |
| Ferreiro Aparicio, Jesús          | EHU-UPV Universidad del País Vasco |
| Freire Serén, María Jesús         | Universidad de Vigo                |
| Galarraga Gallastegui, Ibon       | Naider                             |
| Galindo Martín, Miguel Ángel      | Universidad de Castilla-La Mancha  |
| Gallastegui Zulaica, Inmaculada   | EHU-UPV Universidad del País Vasco |
| Galve Górriz, Carmen              | Universidad de Zaragoza            |
| García Larragan, José Ignacio     | Universidad Comercial de Deusto    |
| García Montoya, Miguel Ángel      | EHU-UPV Universidad del País Vasco |
| García Pérez, Carmelo             | Universidad de Alcalá              |
| Garmendia Ibañez, Jesús           | EHU-UPV Universidad del País Vasco |
| Garrido-Yserte, Rubén             | Universidad de Alcalá              |
| Gibaja Martins, Juan José         | Universidad de Deusto-ESTE         |
| González-Casimiro, Pilar          | EHU-UPV Universidad del País Vasco |
| Goñi Mendizabal, Igor             | EHU-UPV Universidad del País Vasco |
| Gracia Andía, Ana Belén           | Universidad de Zaragoza            |
| Gradín Lago, Carlos M.            | Universidade de Vigo               |
| Guillamón Martínez, David         | EHU-UPV Universidad del País Vasco |
| Gutiérrez Cillán, Jesús           | Universidad de Valladolid          |
| Gutiérrez Hurtado, Fco. Javier    | Universidad de Valladolid          |
| Hernández Carrión, Carlos         | Universidad de Burgos              |

| <b>Apellidos, Nombre</b>                | <b>Organismo</b>                            |
|-----------------------------------------|---------------------------------------------|
| Herrero Alcalde, Ana                    | UNED                                        |
| Hoyos Ramos, David                      | EHU-UPV Universidad del País Vasco          |
| Huerta Arribas, Emilio                  | Universidad Pública de Navarra              |
| Iglesias Fernández, Carlos              | Universidad de Alcalá                       |
| Labandeira Villot, Francisco Xavier     | Universidad de Vigo                         |
| Larreina Díaz, Mikel                    | Universidad Comercial de Deusto             |
| Lobejón Herrero, Luis Fernando          | Universidad de Valladolid                   |
| López i Casasnovas, Guillem             | Universitat Pompeu Fabra                    |
| Lorca Fernández, Pedro                  | Universidad de Oviedo                       |
| Madariaga Ibarra, Joseba A.             | Universidad Comercial de Deusto             |
| Mallor Giménez, Fermín                  | Universidad Pública de Navarra              |
| Mancha Navarro, Tomás                   | Universidad de Alcalá                       |
| Martínez Arnáiz, Alberto                | EHV-UPV Universidad del País Vasco          |
| Mogás Amorós, Joan                      | Universitat Rovira i Virgili                |
| Moneva Abadía, José Mariano             | Universidad de Zaragoza                     |
| Muñoz Ciudad, Cándido                   | Universidad Complutense de Madrid           |
| Murga Elexpuru, Mikel                   | Massachusetts Institute of Technology (MIT) |
| Murua Múgica, Juan Ramón                | EHU-UPV Universidad del País Vasco          |
| Navarro Arancegui, Mikel                | Universidad de Deusto-ESTE                  |
| Ogando Canabal, Olga                    | Universidad de Valladolid                   |
| Ortún Rubio, Vicente                    | Universitat Pompeu Fabra                    |
| Otero Giráldez, María Soledad           | Universidad de Vigo                         |
| Padilla Rosa, Emilio                    | Universidad Autónoma de Barcelona           |
| Palacio Vera, Alfonso                   | Universidad Complutense de Madrid           |
| Pascual Arzoz, Pedro                    | Universidad Pública de Navarra              |
| Pascual García de Azilu, Unai           | Universidad de Manchester                   |
| Pena López, José Atilano                | Universidade da Coruña                      |
| Peña Legazkue, Iñaki                    | Universidad de Deusto-ESTE                  |
| Pérez Arriaga, Ignacio                  | Universidad Pontificia Comillas             |
| Pérez García, Francisco                 | Universidad de Sevilla                      |
| Pina Martínez, Vicente                  | Universidad de Zaragoza                     |
| Planas Miret, Ivan                      | Universitat Pompeu Fabra                    |
| Plaza Inchausti, M <sup>a</sup> Beatriz | EHU-UPV Universidad del País Vasco          |
| Ramos Morilla, Xavier                   | Universidad Autónoma de Barcelona           |

| <b>Apellidos, Nombre</b>         | <b>Organismo</b>                         |
|----------------------------------|------------------------------------------|
| Rausell Köster, Pau              | Universidad de Valencia                  |
| Raymond Bara, José Luis          | Universidad Autónoma de Barcelona        |
| Roca Jusmet, Jordi               | Universidad Autónoma de Barcelona        |
| Rodríguez Enríquez, Eduardo      | Universidad de Oviedo                    |
| Rodríguez Fernández, José Miguel | Universidad de Valladolid                |
| Rodríguez González, Carlos       | EHU-UPV Universidad del País Vasco       |
| Rodríguez Saiz, Luis             | Universidad Complutense de Madrid        |
| Rajo Porras, M <sup>a</sup> Paz  | Gobierno Vasco                           |
| Romero Gil, Begoña               | Sindicatura de Comptes-Valencia          |
| Ruiz de Arbulo, Patxi            | EHU-UPV Universidad del País Vasco       |
| Ruiz Elva, Vidal                 | EHU-UPV Universidad del País Vasco       |
| Sánchez Sánchez, Antonio         | Universidad de Zaragoza                  |
| Sánchez Santos, José Manuel      | Universidade da Coruña                   |
| Santibañez Gruber, Javier        | Universidad Comercial de Deusto          |
| Sanz Villarroja, Isabel          | Universidad de Zaragoza                  |
| Sastre García, Mercedes          | Universidad Complutense de Madrid        |
| Segura Sánchez, Julio            | Comisión Nacional del Mercado de Valores |
| Serrano Martinez, Lorenzo        | Universitat de València                  |
| Serrano Pérez, Felipe            | EHU-UPV Universidad del País Vasco       |
| Simón Fernández, Blanca          | Universidad de Zaragoza                  |
| Soto Guinda, Joaquín             | Ministerio de Economía y Hacienda        |
| Tránchez Martín, Manuel          | UNED                                     |
| Utrilla De la Hoz, Alfonso       | Universidad Complutense de Madrid        |
| Velasco Barroetabeña, Roberto    | EHU-UPV Universidad del País Vasco       |
| Verona Martel, María Concepción  | Universidad de Las Palmas                |
| Vilalta i Ferrer, Maite          | Universidad de Barcelona                 |
| Vilardell Riera, Immaculada      | Universidad Autónoma de Barcelona        |
| Villarreal Larrinaga, Oskar      | EHU-UPV Universidad del País Vasco       |
| Zabala Rabadán, Oskar            | Ente Vasco de la Energía-EVE             |
| Zarraga Castro, Amaia            | EHU-UPV Universidad del País Vasco       |
| Zurbano Irizar, Mikel            | EHU-UPV Universidad del País Vasco       |

# EKONOMIAZ

## ÚLTIMOS NÚMEROS PUBLICADOS

50. El gobierno de la empresa
51. La propiedad intelectual en la sociedad de la información
52. Lecciones de la deflación: Estados Unidos frente a Japón
53. La política de clusters en el País Vasco
54. El siglo XX en la historia económica del País Vasco: de la gran empresa a las pymes.
55. Inversión extranjera directa y procesos de deslocalización
56. Ciencia, tecnología innovación y sociedad.
57. Valoración de activos ambientales: la catástrofe del Prestige
58. Ciudades Región Globales. Espacios creativos y Nueva Gobernanza
59. Capital Social. Innovación Organizativa y Desarrollo Económico
60. La evaluación de las políticas públicas
61. Economía y derecho de la competencia
62. La actividad emprendedora como motor de desarrollo económico
63. Infraestructuras tecnológicas. Soporte de la Economía del siglo XXI
64. Desarrollo sostenible y Agenda 21 Local
65. Responsabilidad social de la empresa. Más allá de la sabiduría convencional
66. Claves del sistema financiero
67. Economía del cambio climático. Diseño de políticas de mitigación y adaptación
68. Grupos empresariales. Nuevos agentes económicos de decisión.
69. La política fiscal. Perspectivas actuales
70. Sistemas regionales de innovación
71. Sociedades en emergencia energética
72. La financiarización de la Economía. El fracaso del crecimiento dirigido por las finanzas
73. Nueva política de transporte para el siglo XXI. La respuesta al reto de la sostenibilidad
74. Gobernanza y competitividad territorial
75. Eco-innovación. Más allá de los factores, la productividad de los recursos naturales
76. Prospectiva y construcción de futuro
77. La nueva economía institucional

## PRÓXIMOS NÚMEROS

- Cooperativismo ante la globalización
- De la nueva gestión pública a la gestión pública innovadora

# SUSCRIPCIÓN A EKONOMIAZ

Para suscribirse a *Ekonomiaz* deberá enviarse por correo postal el «Boletín de suscripción» debidamente rellenado acompañado de: o talón bancario a favor de la Tesorería General del Gobierno Vasco, o copia del resguardo de la transferencia bancaria a la cuenta abajo indicada.

## BOLETÍN DE SUSCRIPCIÓN

Nombre o Razón Social .....  
Domicilio .....  
Localidad ..... D.P. ....  
Provincia o País .....  
DNI/NIF ..... Tfno. ....

TARIFAS: Suscripción anual (3 números)

- Particulares: 18 euros.
- Instituciones: 30 euros.
- Números sueltos: 12 euros.
- Estudiantes 20% de descuento

PAGO ☐ Talón bancario a favor de «Treasorería General del Gobierno Vasco»  
☐ Transferencia bancaria a la cuenta de Caja Vital: 2097 0178 17 0010964270

Firma o Sello

## EKONOMIAZ

Ekonomia eta Ogasun Saila / Dpto. de Economía y Hacienda  
Eusko Jaurlaritz/Gobierno Vasco. Donostia-San Sebastián z/g – 01010 Vitoria-Gasteiz  
Tfno.: 945 019 038 – Fax: 945 019 062  
E-mail: [ekonomia@ej-gv.es](mailto:ekonomia@ej-gv.es)  
<http://www1.euskadi.net/ekonomiaz>

# EKONOMIAZ ALDIZKARIAREN HARPIDETZA

*Ekonomiaz* aldizkariaren harpidetza egiteko «Harpidetza orria»ren datuak bete behar dira. Gero Eusko Jaurlaritzako Altxortegi Orokorraren izenean egindako banku taloia edo behean adierazten den kontu zenbakira bidalitako transferentziaren ordezkagiriaren kopia eta harpidetza orria bidali iezaizkiguzu.

## HARPIDETZA-ORRIA

Interesatuaren edo Sozietatearen Izena .....  
Helbidea .....  
Herria ..... P. K. ....  
Probintzia edo Herrialdea .....  
NAN/IFZ ..... Tlf. ....

TARIFAK: Urteko Harpidetza (3 ale)

- Bereziak: 18 euro.
- Erakunde eta enpresak: 30 euro.
- Ale solteak: 12 euro.
- Ikasleentzat %20ko beherapena

ORDAINKETA: ☐ Banku-taloia «Eusko Jaurlaritzako Altxortegi Orokorra»  
☐ Banku-transferentzia. Vital Kutxa: 2097 0178 17 0010964270

Sinadura edo zigilua

## EKONOMIAZ

Ekonomia eta Ogasun Saila / Dpto. de Economía y Hacienda  
Eusko Jaurlaritza/Gobierno Vasco. Donostia-San Sebastián z/g – 01010 Vitoria-Gasteiz  
Tfno.: 945 019 038 – Fax: 945 019 062  
E-mail: [ekonomia@ej-gv.es](mailto:ekonomia@ej-gv.es)  
<http://www1.euskadi.net/ekonomiaz>

# SUBSCRIPTION TO EKONOMIAZ

In order to subscribe to *Ekonomiaz* please mail a duly filled-in «Subscription Form» together with either a cheque made out to the name of Tesorería General del Gobierno Vasco, or copy of the receipt of a bank transfer to following bank account:

## SUBSCRIPTION FORM

Name .....  
Address .....  
Town/Village ..... Postal Code .....  
Province or Country .....  
Identity card number ..... Tel. ....

TARIFFS: Annual subscription (3 issues)

- Private individuals: 18 euro.
- Institutions: 30 euro.
- Single issues: 12 euro.
- Students 20% discount

PAYMENT ☐ Bank cheque made out to «Tesorería General del Gobierno Vasco»  
☐ Bank transfer to the account at Caja Vital: 2097 0178 17 0010964270

Signature or Stamp

## EKONOMIAZ

Ekonomia eta Ogasun Saila / Dpto. de Economía y Hacienda  
Eusko Jaurlaritza/Gobierno Vasco. Donostia-San Sebastián z/g – 01010 Vitoria-Gasteiz  
Tel: 945 019 038 – Fax: 945 019 062  
E-mail: [ekonomia@ej-gv.es](mailto:ekonomia@ej-gv.es)  
[Http://www1.euskadi.net/ekonomiaz](http://www1.euskadi.net/ekonomiaz)





# EKON



Las industrias culturales constituyen hoy no solo un sector económico significativo que goza de una demanda que crece de forma sostenida, sino también un recurso global que cimienta el tejido de la sociedad, su identidad, su cohesión y que merced a su conexión con los procesos innovadores cada vez incide más en el nivel de desarrollo. Se trata de un sector importante que además vive una profunda transformación debido a la digitalización de todas sus cadenas de valor, a la modificación de soportes (*ebook*, descargas, TDT, etc.), a la aparición de nuevas industrias culturales (videojuegos, ocio interactivo) y a la conformación de grandes conglomerados corporativos. Todos esos procesos configuran un contexto de ebullición que brinda indudables oportunidades de desarrollo pero que plantea al mismo tiempo el riesgo de ruptura del equilibrio entre la dimensión de las políticas industriales y los valores de mercado frente a los genuinos fines de la política cultural.