

■ I+C: LAS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN Y CULTURA

Ponente: **Philip Shlesinger**

Profesor de la Universidad de Glasgow

■ I+C: AS POLÍTICAS DE COMUNICACIÓN E CULTURA

Relator: **Philip Shlesinger**

Profesor da Universidade de Glasgow

El debate sobre las industrias creativas y el papel de la investigación académica



Señor presidente, señoras y señores:

Muchas gracias por la invitación a este Congreso Fundacional de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación. Lanzar una asociación así de importante es un paso notable en el mundo académico internacional, asimismo es un signo de la madurez del campo académico en España, y por eso quisiera felicitar sinceramente a todos mis colegas españoles aquí presentes.

Para mi, es un placer particular venir a Santiago de Compostela por primera vez, un viaje de una parte de una periferia atlántica europea (Escocia) a otra (Galicia).

Antes de empezar mi intervención, unas breves palabras sobre trayectoria de colaboración con mis colegas en España.

Desde los años 80, he tenido fuertes lazos con mis colegas españoles. Por ejemplo, como editor asociado de la revista *Telos* desde el momento de su fundación he colaborado estrechamente con el Dr. Enrique Bustamante. También participé en las acciones integradas de intercambio con la Universidad Autónoma de Barcelona al inicio de los años 90 y, por eso he establecido una relación de colaboración con el Dr. Miquel de Moragas, presidente de la nueva asociación. Al inicio de este siglo, tuve el privilegio de enseñar en la Universidad Complutense de Madrid en la cátedra Hispano-Británica. Y este año, en la Universidad de Glasgow intentamos iniciar una colaboración con el Gobierno Vasco que ha establecido una beca post-doctoral de investigación en mi centro. Además, desde



hace años, llevo dirigiendo las investigaciones de estudiantes españoles que han venido a trabajar conmigo. En suma: tengo unas consolidadas relaciones con España, y con mi presencia aquí, quisiera subrayar mi deseo de mantener y de intensificar nuestra colaboración internacional. Ahora bien, termino con la diplomacia.

En el tiempo breve de mi exposición, quisiera abrir unas líneas para la reflexión. Me parece importante empezar con un punto analítico, quizás obvio. Cada política tiene su propia historia. Si pensamos en la formulación y en la implementación de una política, no podemos dejar de analizar el funcionamiento de las instituciones; por ejemplo, los ministerios del Estado, los reguladores en el campo de las comunicaciones, las agencias culturales, con competencias específicas. Los contextos nacionales suelen ser muy diferentes en la medida en que enfrentan corrientes y problemas globales y, en el contexto de la Unión Europea, hay indicaciones ambiguas de un proceso de europeización. La especificidad nacional se continua formulando mediante la implementación de políticas culturales y de comunicación, ya que vivimos en un contexto de *'governance'* internacional (más o menos eficaz). En consecuencia, necesitamos reconocer que la idea de una soberanía nacional clásica se ha superado. Pero, al mismo tiempo, no podemos negar la importancia continua del sistema internacional de estados.

Está claro que podemos comparar políticas entre Estados y naciones. Asimismo, una comparación no puede y no debe eliminar las especificidades, estatales o nacionales, pero por su lógica las minimiza en la búsqueda de elementos comparables. La especificidad del desarrollo de cada contexto político abre una problemática interesante: ¿hasta qué punto podemos transferir políticas y soluciones de un contexto a otro? Sin duda, las ideas viajan, pero no lo hacen sin bagaje, y en cuanto viajan son susceptibles de interpretaciones sesgadas por los contextos mismos de recepción. En el centro de cada comparación se sitúa la tarea de destacar las diferencias y las semejanzas esenciales de las mismas y, enfrentando los límites de los análisis comparativos, llegamos al tejido cultural y social, a la materialización de la diferencia.

Es en este contexto en el que me refiero a la evolución de políticas de comunicación y políticas culturales en el Reino Unido. Quisiera ser un buen etnógrafo de mi sociedad, iniciando una discusión sobre las industrias creativas, acuñando una nueva etiqueta: la *'economía creativa'*, ya que necesitamos un contexto comparativo que respete la particularidad.

En estos momentos, estoy investigando la política sobre las industrias creativas del gobierno británico, contemplando también el ámbito escocés, porque el Reino Unido, como España, es un Estado de naciones, y ha devuelto algunos poderes a Escocia, Gales e Irlanda del Norte, lo que ha derivado en variaciones institucionales y diferencias en las distintas políticas. Además, tenemos que contemplar otro nivel comparativo, aquel que se produce en el interior del Estado; sirva como ejemplo la llamada *cuestión inglesa*, una toma de conciencia de ser inglés y no británico.

Mi argumento es el siguiente: ahora entramos en una nueva etapa en la evolución de las políticas tradicionales, ya que hasta hace poco tiempo no era difícil destacar políticas diferenciadas para la cultura, para el audiovisual, para las telecomunicaciones, etc. Desde el inicio del siglo, la regulación de las comunicaciones abarca la integración del audiovisual y de las comunicaciones en sentido amplio. Además, el uso creciente de la etiqueta *‘contenido creativo’* nos indica cómo la rápida digitalización está produciendo una convergencia de sectores claramente destacados. Es un momento confuso, pero me parece que, en algunos aspectos, en el Reino Unido no es siempre fácil distinguir una política de comunicación de una cultural. De hecho, en algunos aspectos, hay casos de convergencia entre los dos tipos de políticas. Es también, por lo menos en nuestro discurso británico oficial, un momento de cambio de foco de las industrias creativas a la economía creativa.

La creatividad – *‘creativity’* – es ahora un vocablo hegemónico en nuestro debate actual y está estrechamente ligado a la idea de innovación en las esferas del comercio, de la educación y de la ciencia. En un contexto de globalización, la política sobre la creatividad es un aspecto integral de un discurso de renovación nacional (tanto en el ámbito británico como en el escocés). En mi análisis de este discurso, publicado el año pasado en la revista *Screen*, he intentado demostrar que los exponentes del discurso oficial recurren retóricamente a la idea de *‘evidence-based policy’*, es decir, de la racionalidad. Esto no sería una sorpresa a sabiendas de que el empirismo es el rey en nuestro país. Pero es notable que subrayando la búsqueda de los hechos, la racionalidad del *policy*, contenga una creencia, una visión del mundo en la cual la explotación económica de la creatividad es la clave para lograr el entorno competitivo global.

Las políticas culturales tienen dos aspectos centrales que están entrelazados: uno el simbólico y otro el aplicado. El simbólico trata de la imagen proyectada por una política. En el caso de la creatividad, tratamos de una imagen nacional de ruptura, de innovación, de juventud, de renacimiento; en su versión inicial, una visión de *‘cool Britannia’*. Hoy

en día, tenemos otro imaginario, más banal, por ejemplo, sobre ser un eje cultural mundial con el poder de influir en el mercado internacional y en las *trends* (tendencias) del consumo.

El momento determinante de la aplicación política fue en 1998, cuando el gobierno laborista (New Labour) estableció un grupo de trabajo para producir, literalmente, una cartografía de las industrias creativas que dio como fruto *The Creative Industries Mapping Document* publicado por el Ministerio de Cultura. Es notable, que después de un decenio este documento siga siendo un punto de referencia para el debate contemporáneo, tomando la definición oficial del documento: las industrias creativas tienen *‘su origen en la creatividad, las habilidades, los talentos individuales...que pueden potenciar la riqueza y la creación del empleo por medio de la generación y la explotación de la propiedad intelectual’*.

La concepción del alcance de las industrias creativas es también decisiva. De hecho, no es más que una lista pragmática, pero para muchos tiene tanta autoridad como los diez mandamientos. De hecho, no es una verdadera conceptualización de las industrias creativas, sino un conglomerado oficial de los sectores escogidos, a saber: *‘La publicidad, la arquitectura, el arte y las antigüedades, el diseño, la moda, el cine, el software interactivo, la música, las artes plásticas, la edición, el software, la televisión y la radio’*.

La idea clave era maximizar el impacto económico de estos sectores. Como vemos, este concepto representa una etapa distinta en la financiación de la política cultural, un proceso iniciado durante los años 80. De hecho, en esa lista oficial aparecen mezclados dos sectores anteriormente separados –las comunicaciones y las artes– los cuales han ido añadiendo las tecnologías de información y de comunicación. Es importante señalar que subrayando este documento fundacional hay dos principios cruciales que continúan influyendo en la política británica:

- Una idea del Reino Unido como nación competitiva, que ahora está enfrentada al desafío de los países BRIC (acrónimo de Brasil, Rusia, India y China).
- La teoría de que cada intervención estatal es necesaria y legítima para asegurar el bienestar del *‘Reino Unido, s.a’ (UK plc)*.

Ahora bien, se plantea la cuestión de ¿cómo estudiar la evolución de esta política durante el último decenio? Hay muchas fuentes disponibles en la esfera pública; de hecho hay una cantidad importante de documentación oficial, de los *think tanks*, de los consultores

y una cobertura destacada por parte de la prensa de calidad y de las revistas profesionales especializadas. Aparte de los análisis en esta materia, nuestro equipo ha seguido un programa de entrevistas con actores claves. Esto es mucho más fácil de realizar en Escocia que en Londres por motivos de escala y de accesibilidad.

Podemos explicar un aspecto importante de la formación de la política por el análisis de las relaciones de cooperación y de concurrencia entre diversos Ministerios que operan en el campo de las industrias creativas. El Ministerio de Comercio, por ejemplo, tiene que colaborar con el Ministerio de Cultura. Y además, no podemos ignorar el interés del Ministerio de Innovación, y más importante, el papel decisivo del Tesoro, es decir, del Ministerio de Finanzas. Al lado de la doctrina emergente de la creatividad, hay otra corriente ideológica que se apoya en la idea central de la innovación empresarial como modelo para todos y la necesidad de desarrollar el capital humano altamente formado.

En este contexto, y quizás es una particularidad británica, no podemos minimizar el papel de los *think tanks* más estrechamente ligados al gobierno laborista en la producción de una ideología justificativa. Los más activos en el campo serían: *Demos*, *IPPR*, *The Work Foundation* y *NESTA*. El año pasado, por ejemplo, la producción de un informe clave sobre la economía creativa fue efectivamente concedido por el Ministerio de Cultura a manos del *Work Foundation*, uno de los *think tank* de influencia. Este tipo de intervención influye fuertemente en los parámetros de debate público y de reportaje. Y hay que plantearse ¿Qué implica este tipo de intervención del mundo académico en la esfera pública? En mi opinión contribuye a la marginalización de nuestro trabajo de investigación que puede ser explotado en un mercado secundario sin ser directamente influyente.

Desde 2005, podemos trazar la elaboración de unos elementos de la nueva política por medio de una serie de informes oficiales iniciados por Gordon Brown, que en aquel momento era Canciller y ahora es Primer Ministro. No deseo profundizar en los detalles, solamente dar unas indicaciones del contenido y del modo como abordar este tema.

El *Informe Cox* – el presidente de la comisión es Sir George Cox, experto en diseño– propuso la explotación de las habilidades creativas de la nación, el establecimiento de lazos más estrechos entre empresas, universidades y creadores culturales, e invocó la importancia de la innovación como mediador entre la creatividad y el diseño. Este

informe era, según la expresión de Pierre Bourdieu, una *doxa* compartida por los autores de otros informes de este tipo.

Para resumir, estas creencias consisten en:

- Un nacionalismo económico
- Una afirmación del papel del Estado y de las Agencias Públicas en la realización de la competitividad
- Y la necesidad de realizar una transformación de la cultura empresarial en una cultura creativa generalizada.

No quiero extenderme con múltiples ejemplos, pero es instructivo reconocer la penetración de las mismas ideas en el campo educativo, no sólo a nivel de la Universidad, sino también en la escuela secundaria. Las ideas del profesor Ken Robinson han sido muy influyentes en este sentido desde 1999, ya que propone que necesitamos desarrollar la creatividad en el contexto escolar. La noción subyacente es que las habilidades específicas adquiridas en la escuela pueden constituir la fundación del éxito personal de cada estudiante en la llamada economía del conocimiento. Recientemente, el Ministerio de Educación, en estrecha colaboración con el Ministerio de Cultura, ha promovido el *Informe Roberts*, publicado en 2006, sobre la '*Potenciación de la creatividad en los jóvenes*'. Para establecer un eje creativo global, según los Ministros y sus consejeros, se necesita movilizar a nuestro joven talento creativo. Y por ello, proponen una política de articulación entre escuelas secundarias seleccionadas y las industrias creativas.

Mi tercer ejemplo es muy actual y trata del programa de economía creativa (*Creative Economy Programme*, PEC), lanzado en 2005 por el Ministerio de Cultura en consorcio con el Ministerio de Comercio y con el apoyo, aunque en cierta manera crítica, del Tesoro. Según el Ministro de Cultura: '*toda industria debe convertirse en industria creativa, en un sentido amplio*', esto es casi una declaración de fe. En este momento, estamos esperando la publicación inminente del llamado '*documento estratégico*' para indicarnos la nueva trayectoria del programa.

La reflexión que planteo sobre el PEC, según un típico proceso del nuevo laborismo, es el iniciado por grupos de trabajo que han elaborado informes sobre determinados temas, a saber: acceso a la financiación, formación y habilidades, diversidad, tecnología, experimentación y análisis. Aunque no deseo profundizar en estos aspectos, lo más importante, en primer lugar, sería el ser consciente primero del esfuerzo conceptual en la

caracterización de la economía creativa y, en segundo lugar, sería comprender unas implicaciones tan importantes. Buena parte del trabajo conceptual estaba en manos de expertos externos al Ministerio de Cultura, y en este punto me gustaría señalar dos pasos importantes en el argumento:

- 1) La evolución desde una mera lista de las industrias culturales a una conceptualización de la economía creativa. Es decir, que después de años de operar con una lista más o menos arbitraria y no diferenciada de las industrias culturales, los expertos del PEC propusieron una revisión conceptual para agrupar los sectores industriales en tres categorías: la producción, los servicios y las artes. Al mismo tiempo, un grupo interno del Ministerio de Cultura aceptó que, de hecho, no hay datos adecuados o fiables sobre las industrias creativas. Esto, irónicamente, después de años de insistir en que los sectores creativos son de una importancia igual al sector financiero.
- 2) Durante el año pasado, en un paso más radical, hemos visto la primera conceptualización decisiva de la *‘economía creativa’*, realizada en el *Informe Staying Ahead*, que refleja la obsesión prevalente competitiva, al desear mantener las ventajas culturales y lingüísticas ya ganadas por el Reino Unido. Es interesante notar la publicación en paralelo, unos meses antes, durante el otoño de 2006, de otro importante informe, el escrito por la Comisión Europea sobre la economía de la cultura en Europa. El autor principal del citado informe, me comentó que el uso del vocablo *‘cultura’* no era causal. Evidentemente, en aquel tiempo la etiqueta *‘creatividad’* no había sido aceptada como una idea movilizadora por la Comisión Europea. Pero, a pesar de las diferencias terminológicas, hay una convergencia conceptual entre los dos informes sobre el papel fundamental de la cultura en la economía.

Según el Ministerio de Cultura británico se necesario replantear el funcionamiento de la economía, de reimaginarla en base a una figura de círculos concéntricos: en la nueva formulación, como base de la economía deben estar los campos culturales, formados por la expresividad, las industrias culturales, las industrias creativas y, finalmente, por el residuo de la economía. Es decir, está invitando a aceptar que la creatividad cultural es el impulso fundamental de la economía.

Me parece que este proyecto, que ahora está circulando por todo el mundo, está buscando activos que se sumen a él. En el Reino Unido, es verdad que la idea de una economía creativa está encontrando escepticismo tanto en otros ministerios como entre algunos analistas y creadores. Pero por el momento, la idea de la creatividad, efectivamente, ha focalizado el debate actual y constituye el modo de pensar dominante. El desafío es valorizar la cultura en una manera no reduccionista y conseguir rechazar el economicismo prevalente.

Para terminar, quisiera retomar dos temas emergentes que me parecen importantes:

- 1) Ha llegado el momento de que nuestra comunidad de investigadores se interrogué sobre la historia y la sociología de la investigación, sobre las políticas de comunicación y sobre las políticas culturales. Vivimos en una etapa importante para entender mejor cómo hemos llegado a este momento de convergencia creciente en el cual el eslogan de *'creatividad'* es central.
- 2) Es también oportuno discutir los parámetros de la investigación académica en nuestras sociedades y cómo la investigación se relaciona con la esfera pública, en el mundo actual de las políticas y de las instituciones. En Gran Bretaña, hay pocos académicos capaces de influir en un debate dominado en la actualidad por la producción intelectual regulada por la oficina de comunicaciones (*Ofcom*), del gobierno, de los *think tanks* y de los consultores que trabajan para las grandes empresas. En otras palabras, es un momento clave para discutir el papel del investigador académico como intelectual público. Y por eso creo en la necesidad de asociaciones y congresos.