

# UN EJERCICIO DE PROSPECTIVA EN TORNO A LOS OBSERVATORIOS CULTURALES: HACIA LA EVALUACIÓN DE LA VITALIDAD CULTURAL

Raúl Abeledo Sanchís

## AUTORES / AUTHORS:

Raúl Abeledo Sanchís

## ADSCRIPCIÓN PROFESIONAL / PROFESSIONAL AFFILIATION:

Investigador. Universitat de València

## TÍTULO / TITLE:

Un ejercicio de prospectiva en torno a los Observatorios Culturales: hacia la evaluación de la vitalidad cultural

*An exercise in prediction concerning Cultural Observatories: towards an assessment of cultural vitality*

## CORREO-E / E-MAIL:

raul.abeledo@uv.es

## RESUMEN / ABSTRACT:

Este artículo tiene como objeto realizar una aproximación en torno al papel y la naturaleza de los observatorios culturales en un escenario de futuro. Tal escenario se caracteriza por la complejidad que caracteriza las relaciones entre cultura y desarrollo (humano y ambientalmente sostenible), el carácter micro, múltiple, emergente e intangible de muchos de los impactos que nos interesa evaluar determina un reto decisivo para la planificación cultural. La perspectiva de análisis de la economía de la cultura será nuestra principal herramienta a tal fin.

*The aim of this article is to conduct a preliminary examination of the role and nature of cultural observatories in a future scenario. Such a scenario is characterised by the complexity that distinguishes the relationship between culture and (human and environmentally sustainable) development, and the micro-, multiple, emerging and intangible nature of many of the impacts we are interested in assessing involves a decisive challenge for cultural planning. To this end, the main tool used is the analytical perspective of cultural economics.*

## PALABRAS CLAVE / KEYWORDS:

Observatorios Culturales, gestión cultural, economía de la cultura.

*Cultural Observatories; cultural management; cultural economics.*

DOI: <http://dx.doi.org/10.25267/Periferica.2013.i14.13>

## 1. Introducción

Nuestra principal hipótesis de trabajo plantea que la evaluación de los impactos intangibles, los impactos sobre la construcción de valores culturales e identidades y los impactos emergentes deben ser un foco de atención preferente para el futuro inmediato de la cultura, debido principalmente a la creciente importancia para el desarrollo de formas socializadas de producción de innovaciones (innovación oculta, creatividad de masas). Por este motivo, la visión y misión de los observatorios culturales debe ser repensada (lo cual también atañe a su modelo organizativo). El reto se deriva de que, precisamente, estos impactos intangibles y emergentes son los más difíciles de visibilizar y cuantificar, debido a su naturaleza «etérea», su carácter micro, su dimensión temporal a medio y largo plazo, el confuso esquema de relaciones causa-efecto que los caracteriza, la multiplicidad y dispersión de sus orígenes... No obstante su interés deriva de la importancia de la trascendencia de la creatividad de base cultural y la innovación social y económica para afrontar los retos de futuro en un mundo globalizado.

Las nuevas fuentes de producción de innovaciones se encuentran asociadas al ámbito de la ciudadanía y la comunidad (innovación oculta, creatividad de masas, innovación social, innovación guiada por el consumidor, etc.). Los valores culturales, la construcción de identidades y su impacto sobre los estilos de vida (y, por extensión, sobre los modelos de consumo y de producción) presentan un valor estratégico para afrontar el reto de transformar el actual modelo de desarrollo socio-económico hacia sendas más humanas y ambientalmente sostenibles.

En este sentido, dos elementos resultan de especial interés para el análisis y los procesos de evaluación. De un lado, las propias organizaciones culturales, debido al potencial innovador que caracteriza su función de producción (tipología de recursos utilizados, modelos alternativos de negocio, formas colaborativas de organización...) De otro lado, el propio espacio urbano, ya que la organización y concentración de las actividades culturales (clusters, distritos culturales, ciudades creativas...) generan sinergias de sumo interés.

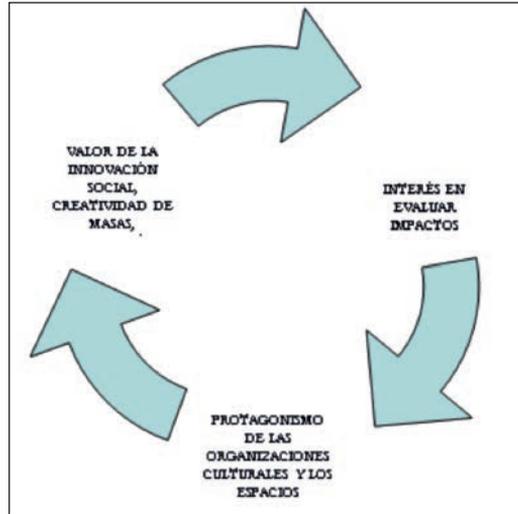


Grafico 1. Principales hipótesis del artículo  
Fuente: elaboración propia (2013).

A partir de lo anterior, el artículo plantea una serie de conclusiones sobre los principios operativos del observatorio cultural. En primer lugar, destacaremos la necesidad de un modelo basado en redes de cooperación abierta para poder generar y gestionar el conocimiento requerido sobre las relaciones cultura-desarrollo. En segundo lugar, apostamos por un enfoque basado en la participación de abajo a arriba (*bottom-up approach*), concretado en una plataforma interactiva web 2.0, donde los propios beneficiarios sean los protagonistas de la evaluación. Las soluciones tecnológicas de la Web 2.0 y técnicas de análisis como *Big Data* son referentes útiles en este sentido. Desde esta perspectiva, el modelo de observatorio se orientaría hacia una red de redes nutrida por la información y el conocimiento generado por los propios ciudadanos, organizaciones culturales y audiencias. Su naturaleza se plantea como multiservicio-multifunción (generando información, facilitando la formación continua, el aprendizaje en buenas prácticas, promoviendo foros de debate y factoría de ideas...). Por último, resulta imprescindible establecer protocolos comunes para garantizar una mínima fiabilidad, homogeneidad y comparabilidad de los datos generados.

## 2. Definiendo una visión del observatorio y de su misión

Entendemos el desarrollo humano como los procesos por los cuales se amplían las oportunidades de los individuos para desplegar sus capacidades, para lo cual resulta crucial el llamado desarrollo cultural (Sen, 2009). El Informe sobre el Desarrollo Humano de PNUD (2004) reconoce la importancia de la libertad cultural en el desarrollo. La participación en la vida cultural y la elección de la propia identidad cultural son dos aspectos decisivos en este sentido.

De este modo, la noción de pobreza recoge no sólo la falta de recursos económicos sino también las dificultades de inserción en la vida social y cultural.

El siguiente cuadro de síntesis aborda desde la economía de la cultura el complejo entramado de relaciones existentes entre cultura y desarrollo. Tales relaciones van a ser cruciales para identificar evidencias empíricas de los diversos impactos (directos, indirectos, positivos, negativos, cualitativos, etc.) que la cultura conlleva. Tampoco debe dejar de considerarse que la vía de incidencia es de doble dirección: la cultura afecta sobre el desarrollo (económico, social...), pero también el desarrollo impacta (positiva o negativamente) sobre la cultura. Ambas cuestiones nos interesan, ya que la segunda cuestión cobra gran relevancia en un mundo globalizado como el actual (pérdida de diversidad cultural, banalización de las expresiones culturales por actividades como el turismo, etc.). El proyecto «Navigating Culture: a Roadmap to Culture and Development» del Ministerio de Asuntos Exteriores de Finlandia (2000) resulta una experiencia de interés en este sentido (<http://formin.finland.fi/public/default.aspx?contentid=69176&contentlan=2&culture=en-US>)

Las actividades culturales y creativas no son como las demás y no operan aisladas del resto de la economía y de otros campos sociales. La creatividad, la expresión artística, la producción simbólica como generadora de significados y la comunicación interactúan con todo el entramado socioeconómico. El impacto de este sector va más allá de su simple consideración como actividad económica y hay que tener en cuenta que las actividades culturales y creativas son capaces de activar, dinamizar, modificar y transformar las bases de la competitividad socioeconómica de un determinado territorio. Evidenciar y cuantificar tales impactos es uno de los principales retos de futuro.

De este modo, las diversas teorías recogidas en la siguiente tabla nos permiten comenzar a identificar algunas de las dimensiones de análisis de interés.

Tipo de relación entre cultura y desarrollo y autores de referencia	Descripción
Impactos directos de las actividades culturales y creativas. Aumento de la productividad directa del sistema: Rausell, Marco y Abeledo (2011).	La cultura y la creatividad muestran niveles superiores de productividad que la media de la economía, por lo que tienen un impacto instantáneo sobre la capacidad de generar riqueza.
Incrementos de la competitividad de otros sectores (Florida, 2002)	Spillover como oferta complementaria que mejora la capacidad de atracción de un determinado territorio en términos de flujos de visitantes, capital físico o capital humano.
Incremento de la productividad sobre otros sectores: Experian (2007), Bakhshi et al. (2008)	La creatividad y la cultura como input de otros procesos productivos que genera ganancias en productividad e innovación.

Interacción y enriquecimiento con el capital humano: Mellander, Florida (2009); Sacco, Segre (2009)	Modelos de crecimiento de base endógena en los que la dimensión cultural y creativa interactúa con el capital humano.
Los sectores culturales y creativos como vectores de la demanda y diseminación de la innovación: Chapain et al. (2010); Cunningham, Higgs (2009)	Los sectores culturales y creativos conducen, facilitan y generan la creación, adopción y retención de nuevas ideas (proceso de innovación) en el sistema económico.
Las actividades culturales y creativas son un servicio esencial en el proceso de crecimiento económico, desarrollo y evolución del sistema socioeconómico: Potts, (2011)	La creatividad y la cultura contribuyen al proceso evolutivo de crecimiento del sistema económico. Afectan también a la dimensión institucional y conforman una parte relevante del sistema de innovación.
La cultura como elemento que amplía las capacidades: Sen (2009)	La cultura satisface los derechos culturales y se convierte en el elemento central para ampliar los grados de libertad de los individuos.

Tabla 1. Las relaciones entre cultura y desarrollo desde la perspectiva económica.  
Fuente: Rausell, Abeledo et al. (2012).

Una primera cuestión a destacar es el reto de gestión de la complejidad a que se enfrenta nuestro observatorio. La multiplicidad y diversidad de aspectos de interés da buena muestra de ello: el espectro abarca desde cuestiones concretas y de índoles económico-mercantil (productividad, innovación, empleo) a aspectos de mayor calado como la libertad del individuo (expresión, identidad, memoria), el capital social, los valores culturales o la propia dinámica evolutiva del sistema socio-económico.



Gráfico 2. Una visión integral de la cultura como factor de innovación económica y social.  
Fuente: Rausell, Abeledo et al. (2012).

De acuerdo con Rausell y Abeledo (2012), la concentración de actividades culturales y creativas en un determinado territorio cambia la lógica y el funcionamiento de sus dinámicas económicas de forma más profunda y compleja de lo que habíamos supuesto hasta ahora, a través de la propensión a la innovación. El «campo cultural» exporta hacia el resto de los campos socioeconómicos un conjunto de valores que implican un replanteamiento ético y que encajan mejor con el concepto de desarrollo sostenible.

En cierto modo, la vitalidad cultural y creativa de una comunidad es nuestro laboratorio de experimentación y el objeto principal de evaluación de nuestro observatorio de mañana. Favorecer la vitalidad cultural de los territorios significa hacerlos propicios para el desarrollo de la economía creativa, entendida esta como todo el espacio de intercambio de experiencias culturales de una comunidad. Debe entenderse la creatividad como proceso participativo, promoviendo un papel activo de las comunidades locales en él. Se requiere cambiar la idea lineal del proceso cultural que se agota en el consumo identificando las capacidades creativas de los consumidores. De acuerdo con Greffe (2011) «activar la función de las artes» significa suscitar una cultura de proyectos mediante las prácticas artísticas desarrolladas por los habitantes de un territorio, entendiendo que también la creatividad se enmarca en un sistema de relaciones sociales y de poder. La participación cultural, el uso de los espacios públicos, la disponibilidad de infraestructuras de co-creación cobran así una nueva relevancia.

### 3. El reto de evaluar la cultura y la creatividad como factor de innovación social y económica

La creatividad y la innovación se encuentran en el centro del actual debate sobre cómo la cultura impulsa los procesos de crecimiento y desarrollo económico (KEA 2006; KEA 2009). Además, y según recogen Rausell y Abeledo (2012), la creatividad cultural afecta también a otros espacios de producción cognitiva, influyendo sobre la innovación científica, tecnológica, económica y social, tal y como refleja el gráfico 3.

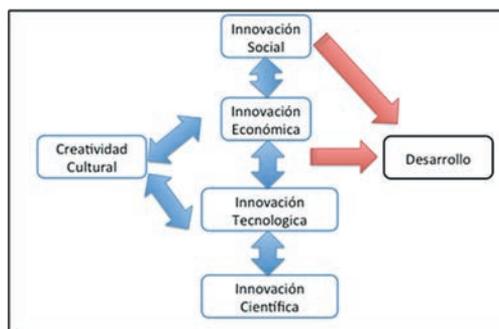


Gráfico 3. Creatividad cultural y desarrollo  
Fuente: Fuente adaptado de KEA 2009.

Desde principios del presente siglo, las estrategias de crecimiento y empleo de la Unión Europea otorgan un papel determinante a la innovación como factor de crecimiento y competitividad (Estrategia de Lisboa del año 2000, Estrategia Europa 2020 o la reciente puesta en marcha de las Estrategias de Investigación e Innovación para la Especialización Inteligente-RIS3). En relación con esta última, la especialización inteligente significa identificar las características y activos exclusivos de cada país y región, subrayar sus ventajas competitivas y reunir a los participantes y recursos regionales en torno a una visión sostenible e inclusiva de su futuro que tienda a la excelencia. Cabe destacar que tales estrategias serán una condición previa para el uso del Fondo Europeo de Desarrollo Regional (FEDER) en 2014-2020.

Es cierto que el reconocimiento en la práctica (es decir, presupuestariamente) por parte de las políticas públicas comunitarias del papel de las actividades y organizaciones culturales como motor de producción de innovaciones socio-económicas aún dista mucho de un nivel de mínimos. No obstante se han producido ciertos avances en este sentido en los últimos años. Por otra parte, la tendencia histórica es clara e irrefutable en el marco del paradigma que define la Sociedad del Conocimiento. La producción de innovaciones se caracteriza por evolucionar desde un modelo tradicional de producción individual y aislada en origen (representado en la figura del emprendedor ideada por Schumpeter en 1934) a otro más contemporáneo de producción social, territorializada y en serie, donde el capital social, el conocimiento, la creatividad y la cultura juegan un papel transcendental. Esta dinámica se materializa en la creciente importancia de la innovación no tecnológica vinculada al sector servicios y la progresiva socialización de las fuentes de producción de innovaciones: Innovación Escondida (NESTA, 2007), Innovación Guiada por los Consumidores (Georghiou, 2007) o Innovación Social (Mulgan *et al.* 2007).

Desde nuestra perspectiva de análisis del observatorio como rastreador de la vitalidad cultural de una comunidad nos interesa especialmente el concepto de innovación oculta. Ésta se refiere a todas aquellas formas de innovación que acontecen dentro de lo social pero que no pueden ser captadas por los indicadores tradicionales de innovación debido a su carácter micro y su multiplicidad. Por esta razón nos interesa un enfoque de evaluación de abajo y técnicas de gestión de datos como *Big Data*. Otra forma de innovación que nos interesa se refiere a la de naturaleza social. De acuerdo con Phillips, Deiglmeier and Miller (2008) la innovación versa sobre «una nueva solución a un problema social que es más efectiva, eficiente, sostenible o justa que las soluciones existentes cuyo valor le corresponde ante todo a la sociedad en su conjunto en lugar de a los individuos. Una innovación social puede ser un producto, un proceso productivo o una tecnología (al igual que la innovación en general), pero también puede ser un principio, una idea, una regulación, un movimiento social, una intervención o alguna combinación de éstos».

Lo que queda absolutamente claro es la extensión del concepto de innovación, que deja de referirse exclusivamente a procesos que generan valor económico partiendo de la creatividad para ampliarse a la generación de otro tipo de valores (social, estético, cognitivo, político...)

que pueden ser apropiados no sólo por unidades económicas sino también por comunidades sociales. Es preciso promover un tratamiento de la creatividad no sólo como motor económico sino también como motor de innovación social.

No obstante, y tal y como señala la Declaración de Viena sobre Innovación Social de 2011 (<http://www.socialinnovation2011.eu/vienna-declaration-2011>), la innovación social ganará en importancia no sólo en lo que respecta a la integración social y a la igualdad de oportunidades sino también en lo que tiene que ver con la conservación y el aumento de la capacidad de innovación de las empresas y de la sociedad en su conjunto. En este sentido, Potts y Morrison (2009) proponen que si la innovación está cambiando, el sector creativo reúne las capacidades para facilitar la adaptación de las empresas, corrigiendo «fallas de comportamiento» económico como «la aversión al riesgo, la resistencia al cambio y la miopía». Los servicios de las industrias creativas pueden ayudar a las pymes a acoplarse a los procesos complejos y cada vez más rápidos que caracterizan a la innovación, «creando conexiones cercanas con los consumidores a través de comunidades e identidades mediatizadas, haciendo uso de las dinámicas de las redes sociales y, en general, guiando la falta de imaginación».

Por último, señalar que el sector cultural forma parte del sustrato de los denominados Sistemas de Innovación Local. Este enfoque (Potts, 2007 y 2009; Lazzaretti *et al.* 2011; Kimpeler y Georgieff, 2009) señala que el crecimiento económico de un territorio depende de la presencia de instituciones cuyo funcionamiento sistemático produce innovación, como es el caso de universidades o centros de innovación. Como ya hemos señalado anteriormente, la innovación actualmente es más compleja y abierta y busca nutrirse de ideas y conocimientos diversos. En palabras de Potts (2007): «el enfoque estándar de los sistemas de innovación se centra sólo en las tecnologías físicas y en las consideraciones tipo ingeniería sobre lo que son las tecnologías. Notablemente, esto excluye el tipo de conocimientos estudiados por las artes y las humanidades junto con el conjunto de industrias conocidas bajo la rúbrica de 'industrias creativas'».

La teoría de los sistemas de innovación de Freeman (1987) y Lundvall (1988, 2007) destaca la importancia de los procesos de interacción y aprendizaje mutuo entre los actores empresariales, los agentes sociales y las instituciones, considerando la innovación como un proceso dinámico y social en el que el cambio tecnológico presenta una naturaleza endógena.

Esta cuestión nos conduce al interés y la necesidad de que nuestro Observatorio identifique y evalúe los canales de acceso a través de los cuales las actividades culturales y creativas fomentan los procesos de innovación. Estos canales se presentan de formas diversas como las incubadoras de proyectos culturales, políticas públicas de fomento del emprendedor, microcréditos, programas de acercamiento a las empresas, *crowdsourcing*, plataformas colaborativas y espacios de *co-working*, etc. En el fondo, de lo que estamos hablando es de un profundo replanteamiento de los derechos de apropiación de los distintos valores que se ge-

neran a partir de la interacción social basada en el conocimiento. Y esto implica una cuestión decisiva: la revisión del propio concepto de propiedad intelectual.

«Las tecnologías digitales juegan un papel importante en esta economía intangible, ya que plantean nuevas formas de intercambio social y contribuyen significativamente a la aparición de nuevas expresiones de creatividad (...). Sin embargo, los éxitos del *software* y los servicios libres como *Wikipedia* también forman parte de una tendencia que prefigura una economía en la que la compartición y el intercambio de conocimientos y habilidades no están principalmente orientados a obtener beneficios económicos. Estas nuevas formas de intercambio otorgan mayor importancia a los fines sociales, y por lo tanto a la creatividad basada en la cultura. El arte y la cultura (especialmente la música) son a menudo la base sobre la que se desarrolla el *networking* social (por ejemplo, la compartición de archivos peer-to-peer)» (KEA, 2009).

#### 4. Las organizaciones culturales y creativas en el centro de la cuestión

La autonomía, complejidad y dinamismo de las relaciones entre los procesos de innovación y las organizaciones creativas y culturales, su intrínseca naturaleza innovadora y las importantes sinergias que determinan sobre otros sectores productivos y dimensiones del desarrollo de los territorios (aspectos sociales, ambientales...) plantean la posibilidad de considerar éstas como un sistema de creatividad dentro de los propios sistemas de innovación (Potts, 2007). Del análisis de la función de producción de las actividades culturales y creativas (Rausell, Abeledo, 2012), se desprende que éstas están profundamente integradas en los campos de la representación, experimentación y búsqueda de novedades, características que hacen de las artes y la cultura una parte crucial de la economía contemporánea, al ser imprescindibles para facilitar la penetración de nuevas ideas y su transferencia al contexto social. De acuerdo con el modelo más integral de Potts y Cunningham (2010) sobre las relaciones entre cultura y desarrollo, las industrias creativas no son sólo un sector, sino que constituyen una parte estructural del sistema de innovación del conjunto de la economía. La cultura, considerada como un bien público en sentido dinámico, conduce los procesos de transformación y cambio de la economía y la sociedad.

A lo largo de este trabajo hemos señalado la necesidad de vincular los modelos de desarrollo territorial con el potencial de innovación de las ICCs. En este escenario se inscribe la oferta potencial de servicios de las organizaciones culturales que va a replantear en un futuro inmediato sus modelos de negocio desde la perspectiva de la identificación de nuevas audiencias, innovación en formas de creación del valor cultural y desarrollo de mecanismos alternativos de financiación.

Espacios de creación. Talleres y metodologías de trabajo creativo.	Actividades de (meta)investigación cultural, reflexión y experimentación. Análisis crítico de la realidad.	Promoción de espacios de pensamiento divergente. Planteamiento de alternativas. Servicios educativos y de sensibilización.
Contenidos y comunicación creativa. Estrategias de comunicación social e institucional.	Animación socio-cultural y movilización ciudadana (participación y espacios públicos).	Proyección internacionalización y participación en redes (p. e. servicios de residencias artísticas y aspectos vinculados a la movilidad)

Tabla 2. Servicios de las organizaciones culturales y creativas  
Fuente: Rausell, Abeledo *et al.* (2012).

Evidentemente, la tipología de servicios señalados se encuentra asociada a las características de la producción cultural: bienes informacionales e intangibles, bienes de experiencia, de naturaleza cognitiva, vinculados a los valores estéticos... En definitiva, que se trata de producción de carácter simbólico y emocional.

Si consideramos la función de producción de las organizaciones culturales y creativas podemos distinguir una gran variedad de impactos derivados de los bienes y servicios que éstas generan. Dichos impactos no siempre son visibles en tiempo y forma, por lo que su identificación y evaluación resulta complicada.

En una primera clasificación de los impactos podemos distinguir dos grandes ámbitos: los que afectan a las audiencias de las ICCs y los que se diluyen más allá de los objetivos directos de las mismas:

Satisfacción de demandas culturales y contribución a los derechos culturales	Entretenimiento, educación y desarrollo de capital cultural	Impactos cognitivos, valores estéticos, desarrollo de significados, impacto emocional y espiritual
Cohesión social (sentido de pertenencia a una comunidad)	Promoción de valores y estilos de vida	Identidad territorial (memoria histórica)

Tabla 3. Impactos de las organizaciones culturales sobre sus audiencias  
Fuente: Rausell, Abeledo *et al.* (2012).

Impactos económicos directos y valor añadido generado por las actividades culturales y creativas	Generación de empleo y aumento de la calidad del mismo	Promoción del turismo y puesta en valor del patrimonio cultural y natural (de especial interés para el desarrollo rural)
Potencial de regeneración de espacios urbanos degradados	Usos lúdicos y recreativos del espacio público y promoción del capital social	Promoción de actividades vinculadas a la economía del conocimiento
Branding y proyección territorial. Incentivo a la atracción de las clases creativas; mejora de la competitividad.	Promoción de la innovación social, económica y política	Relación con las políticas sociales: diversidad y diálogo intercultural, lucha contra los procesos de exclusión y promoción del capital social

Tabla 4. Impactos de las organizaciones culturales más allá de sus audiencias  
Fuente: Rausell, Abeledo *et al.* (2012).

En general, podríamos decir que los impactos de las organizaciones culturales se manifiestan en tres niveles, tanto para las audiencias como para las no audiencias.

El primero hace referencia a la transformación individual que se materializa en aquellas exposiciones a los flujos simbólicos que provocan efectos estéticos, cognitivos o espirituales. El segundo nivel haría referencia a las transformaciones a nivel meso, que tienen que ver con el desarrollo de las capacidades expresivas y comunicativas y que básicamente afectan a la eficacia y eficiencia en los procesos de acumulación de capital humano y social. Finalmente, hablaríamos de las recompensas sociales y económicas que pueden derivarse de la exposición a experiencias culturales. De la misma manera, si hablamos de no audiencias podemos referirnos a un primer nivel de afectación relacionado con el impacto más estético, que se traduce básicamente en paisaje, branding territorial y reputación personal o corporativa. Un segundo nivel tendría que ver con la variación en la propensión a la innovación, la conformación de redes y otros efectos que empoderan a agentes, comunidades o territorios. El tercer nivel estaría formado por los impactos macroeconómicos en términos de renta, ocupación y variaciones en la competitividad.

Una cuestión de especial relevancia hace referencia al impacto de los desarrollos tecnológicos y la digitalización sobre la función mediadora de las organizaciones culturales. La web 2.0, las redes sociales distribuidas y las aplicaciones multiplataforma son elementos decisivos de innovación que reconfiguran los procesos productivos y los modelos de negocio de las organizaciones culturales. La digitalización determina un replanteamiento de fondo de la tradicional intermediación ejercida por las organizaciones culturales. Siguiendo la tradicional cadena de valor de las instituciones culturales definida por Throsby (1979), sus relaciones con las audiencias (oferta de contenidos y servicios a cambio de taquilla); los artistas (visibilidad a cambio de creación) y las instituciones públicas y sponsors (valor y utilidad pública a

cambio de financiación) se ven sometidas a nuevas reglas de juego. La intermediación entre las esferas de producción, distribución y consumo se reestructura hacia nuevos modelos de negocio (siendo el intercambio P2P la manifestación más obvia), lo reclama una adaptación que permita generar valor añadido y justifique las actividades intermediadoras.

## 5. La perspectiva territorial: relevancia del nivel local para la evaluación

El concepto de Ciudad Creativa nos resulta útil para identificar algunas cuestiones de interés a evaluar en relación con los procesos de territorialización de la cultura. Este concepto presenta tres grandes enfoques sobre la procedencia de las innovaciones. De acuerdo con Florida (2002), el primero señala que las nuevas ideas dependen de la acumulación territorial de profesionales creativos. El segundo aspecto se centra en los efectos y sinergias de la concentración de industrias culturales y creativas. El tercer aspecto depende de una gestión de las ciudades desde un enfoque artístico y cultural. Estas tres lecturas son la propuesta que autores como Greffe (2011) y Costa (2008) utilizan para sintetizar la producción académica sobre el tema: las clases creativas, los clústeres creativos y la planificación cultural urbana. Como ya hemos visto al abordar el anterior apartado, el papel de las organizaciones y agentes culturales como mediadores de estos procesos reviste gran significatividad en términos de producción de innovaciones sociales y económicas.

En este sentido, el concepto de Sistema Cultural Local (SCL) (Carrasco, 1999) nos resulta ilustrativo en tanto que aparato conceptual con voluntad práctica que trata de sintetizar todos los elementos, variables y relaciones de interdependencia que intervienen en la configuración de una realidad cultural municipal. La relación con la evaluación de impactos de este «mapa conceptual sobre la realidad cultural local» es directa y clara. Se trata de un mapa cognitivo que nos da cuenta de los elementos y de las relaciones que tenemos que analizar cuando nos piden un diagnóstico de una determinada realidad cultural local. Con la expresión «sistema», queremos hacer referencia a un planteamiento más o menos completo de las relaciones culturales en un espacio territorial concreto. Es evidente que si la aproximación fuera mucho más sistémica y menos simplificada, es decir, si recogiera todas las dimensiones posibles de los recursos culturales de un territorio, tendríamos que incorporar las esferas simbólicas, económicas, políticas, sociales, ambientales, educacionales, artísticas y de formación. De lo que se trata es de llegar a un compromiso razonable con la realidad para tener más o menos claro por dónde empezar.



Gráfico 4. El Sistema Cultural Local  
Fuente: Rausell, Abeledo, Carrasco *et al.* (2007).

El SCL se estructura en tres dimensiones. Un primer nivel que estudia las relaciones entre las entidades locales y las supralocales (nivel regional, central, etc.) Un segundo nivel que se refiere a los elementos y relaciones que determinan la oferta y la demanda cultural en el ámbito local. Por último, el tercer nivel de análisis del SCL es aquel que relaciona horizontalmente los sistemas culturales entre sí. El proyecto Barómetro Cultural Local (BACULO) de la Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP) y la Universitat de València (<http://www.mc2-uv.es/baculo>) es una experiencia de evaluación de políticas culturales locales destacable en este sentido, ya que constituye una plataforma interactiva web 2.0 orientada por estos principios metodológicos.

El nivel local es el nivel de gobierno más próximo a los ciudadanos, donde se aspira a una mayor transparencia y democracia, a nuevos servicios públicos... en definitiva, a la calidad de vida. Se busca una ciudad que genere nuevos significados con la participación de sus ciudadanos. Hoy en día, las ciudades están listas para actuar en el mundo tanto con la fórmula universalista «piensa globalmente, actúa localmente» como con su complemento diversalista «piensa localmente, actúa globalmente». El proceso de elaboración e implementación de un nuevo modelo de política cultural necesita la implicación de las ciudades. En este sentido, resulta de interés para nuestro Observatorio considerar la propuesta de política cultural local planteada desde la Agenda 21 de la Cultura, tanto por el modelo organizativo transversal como por la diversidad de contenidos considerados.

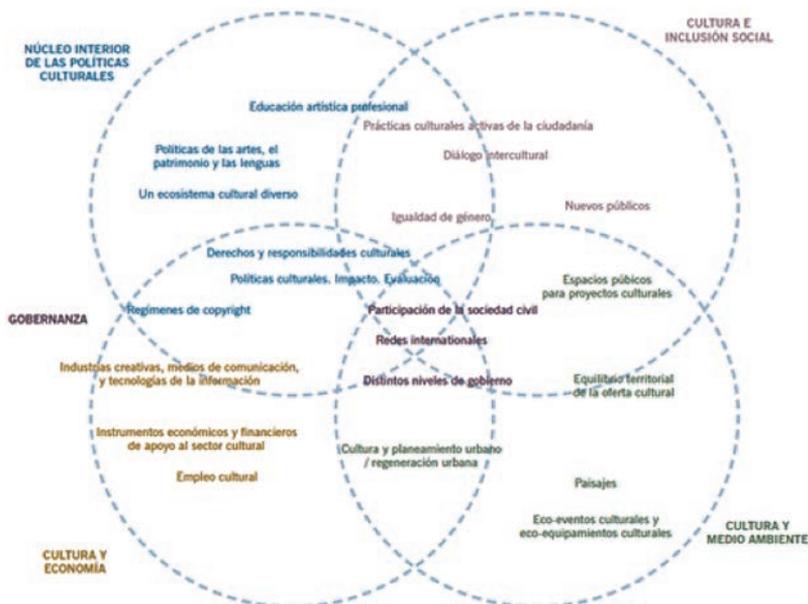


Gráfico 5. Propuesta de nuevo modelo de política cultural  
Fuente: UCLG (2009).

La Guía para la Evaluación de las Políticas Culturales de la FEMP (2009) constituye un referente de interés en este sentido ya que estructura un modelo de indicadores de impacto acorde con los principios de la Agenda 21 de la Cultura. Esta propuesta selecciona seis ámbitos de interés a monitorear: 1. La cultura como factor de desarrollo local. 2. Tejido Cultural Local 3. Transversalidad de la cultura. 4. Acceso a la cultura. 5. Participación ciudadana. 6. Memoria e innovación en la construcción de la identidad local. El proyecto BACULO antes citado estructura su modelo de evaluación a partir de esta estructura.

Por último, resulta imprescindible referirnos a la evaluación de las condiciones operativas de las organizaciones culturales y de sus emprendedores. De acuerdo con el Policy Handbook *How To Strategically Use the EU Support Programmes to Foster the Potential of Culture for Local Development (Working Group on Cultural and Creative Industries, 2012)* el marco para el desarrollo de las organizaciones culturales y creativas pasa por las cuestiones recogidas en el cuadro siguiente. El monitoreo de tales aspectos resultan de interés dado que van a condicionar la capacidad de desarrollo de las organizaciones culturales y por tanto de su potencial impacto sobre la innovación social y económica.

Objetivo	Elementos			
Creación de Pre-condiciones	Estrategias, Políticas y Medidas	Concienciación. Servicios de Información.	Alianzas estratégicas. Marco institucional.	Mapeo y estudios
Fortalecimiento de las organizaciones culturales y creativas	Redes y Clusters	Acceso a la financiación Incubadoras de negocios creativos	Infraestructuras físicas	Capacity Building
Efectos Spill-over	Innovación y Productividad	Educación y Aprendizaje permanente	Innovación social y Bienestar	Turismo y Branding Desarrollo Regional Sostenibilidad Ambiental

Tabla 5. Elementos de apoyo al desarrollo de las organizaciones culturales y creativas  
Fuente: Rausell, Abeledo *et al.* (2012).

## 6. Organizando el Observatorio: principios de diseño en red y enfoque de abajo a arriba

A partir de esta aproximación podemos considerar que la función de un observatorio cultural debe (y puede) configurarse hacia modelos de gestión holista de la información, integrando disciplinas y campos tradicionalmente antagónicos o aislados (sea el caso de la ecología y la economía). La posición de centralidad de la cultura para el desarrollo reclama establecer conexiones entre la actividad cultural y las diversas facetas que incorporan las dinámicas del desarrollo (exclusión social y pobreza, espacios públicos degradados, salud mental, empleo juvenil, modernización de la Administración pública, etc.) Para ello resulta determinante articular laboralmente y financieramente el despliegue de tal potencial, más si cabe en un sector como el de la cultura, caracterizado por la bipolaridad (grandes empresas multinacionales frente a PYMEs), la precariedad laboral y la auto-financiación como único remedio.

Por otra parte, la relevancia y diversidad de los impactos que hemos reseñado nos obliga a evitar la parálisis frente a la gestión de la complejidad. A la hora de repensar e impulsar observatorios de tales características deben establecerse, evidentemente, prioridades y diseñar estrategias (de gran peso las colaborativas y en red), buscando complementariedades y sinergias a lo largo del proceso con otros agentes generadores de información y conocimiento. Las restricciones en términos presupuestarios y de disponibilidad de tiempo resultan evidentes. Visibilizar y cuantificar los múltiples y diversos impactos de interés no es tarea sencilla ni para abordar en solitario.

Esto nos lleva a considerar la cuestión de la relación entre la forma operativa de nuestro hipotético observatorio. Dada la diversidad de impactos identificados, podemos señalar al diseño en redes abiertas y colaborativas como principal referente organizativo para los observatorios culturales. La organización en heterarquías constituye la forma por excelencia de gestión de la complejidad y nos interesan particularmente dos niveles de integración complementarios.

La primera vía de integración podemos definirla como transversal u «horizontal» y hace referencia a la necesidad de integración de campos temáticos ya señalada más arriba, a partir de la relación de centralidad de la cultura con las múltiples dimensiones del desarrollo (social, económico, ambiental, institucional). En este sentido, es importante considerar la importancia de la variable «tiempo» en escenarios de co-evolución de sistemas caracterizados por disponer de propias dinámicas y lógicas evolutivas (sociedad e instituciones; ecológico y económico; cultural y mercantil...)

La segunda vía de integración hace referencia a las necesidades de integración multinivel o «vertical», derivadas de la globalización y su incidencia sobre el ámbito regional y local. Incorporamos así la perspectiva geográfica al discurso. La perspectiva espacial requiere combinar las dinámicas de fondo marcadas por la globalización con el día a día y las políticas de proximidad, lo que nos conduce a la necesidad de coordinación de los diversos niveles de la Administración Pública y la cooperación en redes internacionales entre agentes culturales y territorios.

A partir de estas directrices podemos plantear una serie de ideas. La primera hace referencia al interés que plantean los observatorios culturales de carácter generalista (frente a modelos más especializados en temáticas concretas), ya que la perspectiva generalista facilita el análisis relacional, imprescindible en contextos sistémicos y complejos como el del paradigma cultura-desarrollo. Este carácter generalista se conecta con la naturaleza multiservicio y multifunción que podemos adivinar en nuestro modelo de futuro. Destacamos en este sentido, junto a la generación de información y monitoreo, la importancia del papel formativo y el interés de observatorios que actúen como prescriptores tanto de la oferta como de la demanda cultural. La importancia de la diseminación de buenas prácticas resulta otro aspecto de gran utilidad.

La segunda idea conecta con una propuesta de diseño en red, donde los observatorios cooperen entre sí, cruzando información e interactuando complementariamente para poder abarcar esa integración de fuentes de conocimiento tanto desde la perspectiva multinivel (desde organismos internacionales a organizaciones culturales locales) como transversal (cultura, ciencia, tecnología...) según lo referido anteriormente. La solución tecnológica a esta cuestión puede encontrarse en los modelos de Web2.0 de la mano de plataformas virtuales abiertas.

## 7. Gobernanza y participación de los beneficiarios en el Observatorio

Esta cuestión enlaza directamente con una tercera idea: los principios de gobernanza de una red de observatorios como la propuesta. La complejidad y la incertidumbre que caracterizan el reto no son gratuitas. Basta con radiografiar el propio sector (UNESCO, 2009) para evidenciar que las relaciones del mismo con el concepto de desarrollo no son tarea fácil. Dada la complejidad que los caracteriza, la evaluación de los impactos de la cultura sobre el desarrollo requiere de dos principios básicos de gestión.

El primero, la anticipación a través de la identificación de problemáticas emergentes (lo que atañe a la necesidad de estrategias y el valor de la imaginación para la visualización de alternativas de actuación). El segundo, el consenso sobre el diagnóstico y las líneas de actuación entre las distintas partes implicadas (que nos refiere a cuestiones como la libertad de expresión del individuo en la comunidad y a la cultura de participación pública existente). Todo ello nos indica la trascendencia que adquiere la participación de los propios agentes culturales (entendidos en un sentido amplio e integral) en el funcionamiento de los observatorios y en la generación compartida de conocimiento. El cálculo de impactos se encuentra estrechamente asociado a la propia definición de objetivos (se tratan de los dos extremos del círculo que constituye el proceso de planificación), motivo por el cual la identificación de los valores que orientan todo el proceso resulta imprescindible.

En este sentido, el modelo de innovación guiada por los consumidores (Georghiou, 2007) nos puede ser útil por analogía. Tal modelo se caracteriza por la interacción entre la producción y el consumo de innovación, lo que resulta un rasgo destacado de las organizaciones culturales (usuarios de vanguardia, estilos de vida alternativos; importancia del consumo cultural para la producción; experimentación y función investigadora). Si conseguimos transferir este esquema hacia el ámbito de la producción y consumo de información sobre los impactos de la cultura sobre el desarrollo, nos situamos en una senda de interés para nuestro trabajo. Mediadores culturales, agentes de desarrollo, centros de conocimiento son algunos de los actores potencialmente implicados en esta dirección.

Las nuevas tecnologías de la información facilitan exponencialmente las posibilidades de actuación. La figura del *Prosumidor* (combinación de productor que consume y el consumidor que produce) resulta atractiva como referente del observatorio. Los modelos organizativos en redes abiertas y colaborativas, de acuerdo con los principios de la Web 2.0, los intercambios libres entre pares (P2P) y la filosofía Hacker, resultan de especial interés a la hora de imaginar los observatorios culturales de mañana.

La identificación, movilización y participación de la diversidad de actores implicados en el binomio cultural-desarrollo no resulta tarea fácil (por ejemplo debido a intereses y expectativas divergentes) si bien es de gran relevancia en términos de su potencial capacidad de generación de conocimiento). Resulta imprescindible generar plataformas de participación y parte-

nariados mixtos (públicos y privados) que integren a las partes implicadas e interesadas en las acciones de monitoreo. Es necesario establecer canales y condiciones de acceso para el fomento de tales dinámicas de cooperación y auto-gestión de la información sobre los impactos de la cultura sobre el desarrollo.

Los observatorios funcionarían así como un sistema en red orientado por el principio de auto-evaluación y nutridos por la información suministrada por las propias partes implicadas.

Este enfoque de abajo arriba es de sumo interés para nuestro trabajo. En sintonía con el concepto de Innovación Oculta (Nesta, 2007), la producción socializada de conocimiento ha visto exponencialmente disparada su relevancia de la mano de la Sociedad del Conocimiento y de los avances informáticos y de las telecomunicaciones.

En este conjunto de procesos y relaciones cabe destacar el papel protagonista de los mediadores culturales en la activación del proceso y como agentes creadores capaces de imaginar escenarios potenciales y futuros del universo simbólico de una comunidad. En definitiva, favorecer la vitalidad cultural de los territorios significa hacerlos propicios para el desarrollo de la economía creativa, entendida como todo el espacio de intercambio de experiencias culturales de una comunidad.

Pese a las dificultades que entraña acotar semejante cuestión, ésta resulta nuestro principal (y oscuro) objeto de deseo a evaluar. El monitoreo de todo lo anterior resulta una prioridad de sumo interés para un Observatorio Cultural desde el punto de vista que defendemos en este artículo. Los sistemas *Big Data* resultan de sumo interés (del idioma inglés grandes datos) y constituyen en el sector de tecnologías de la información y la comunicación, una referencia a los sistemas que manipulan grandes conjuntos de datos. Las dificultades más habituales en estos casos se centran en la captura, el almacenado, búsqueda, compartición, análisis, y visualización. La tendencia a manipular ingentes cantidades de datos se debe a la necesidad en muchos casos de incluir los datos relacionados del análisis en un gran conjunto de datos relacionado, tal es el ejemplo de los análisis de negocio, los datos de enfermedades infecciosas o la lucha contra el crimen organizado. El concepto *Big Data* implica centros de datos, actividad en las redes sociales, aplicaciones de nube, analíticas, sensores y dispositivos móviles, datos de actividades profesionales, usuarios, clientes y proveedores. El *Big Data* bien entendido es la búsqueda del mejor camino para aprovechar al máximo esa avalancha de datos.

## BIBLIOGRAFÍA

- ABELEDÓ SANCHÍS, R. (2010). *La Agenda 21 Local como Herramienta de Desarrollo Sostenible: del Medio Ambiente a la Cultura*. Tesis Doctoral, Universitat de València, MIMEO.
- BAKHSHI, H., MCVITTIE, E. (2009). «Creative supply-chain linkages and innovation: Do the creative industries stimulate business innovation in the wider economy?». *Innovation: management, policy & practice*, 11.2, págs. 169-189.
- CENTRE FOR STRATEGY AND EVALUATION SERVICES (CSES) AND ERICARTS (2010). *Study on the Contribution of Culture to Local and Regional Development - Evidence from the Structural Funds*. Disponible en: [http://ec.europa.eu/culture/documents/final\\_report\\_sf\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/culture/documents/final_report_sf_en.pdf)
- CHAPAIN, C., COOKE, P., DE PROPRIIS, L., MACNEILL, S., MATEOS-GARCÍA, J. (2010). *Creative clusters and innovation. Putting creativity on the map*. London: NESTA.
- COMISIÓN EUROPEA (2011). *Estrategias de Especialización Inteligente*. Disponible en: [http://ec.europa.eu/regional\\_policy/sources/docgener/informat/2014/smart\\_specialisation\\_es.pdf](http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/informat/2014/smart_specialisation_es.pdf)
- COSTA, P. (2008). «Creativity, Innovation and Territorial Agglomeration in Cultural Activities: The Roots of the creative city» en L. Lazzaretti and P. Cooke (ed), *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*. UK: Edward Elgar Publishing Limited.
- CUNNINGHAM S., HIGGS P. (2009). «Measuring creative employment: implications for innovation policy». *Innovation: management, policy & practice*, 11.2, págs. 190-200.
- Culture and Médias 2030: Prospective de politiques Culturelles (2011). Département des Études de la Prospective et des Statistiques.
- EUROPEAN COMMISSION (2010). Europe 2020-a Strategy for Smart, Sustainable and Inclusive Growth, Communication from the European Commission COM (2010) 2020 final. Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ.do?uri=COM:2010:2020:FIN:EN:PDF>
- EXPERIAN (2007). «How linked are the UK's creative industries to the wider economy? An input-output analysis». London: NESTA Working Paper.
- FEMP (2009). *Guía para la Evaluación de las Políticas Culturales Locales*. Disponible en: [http://www.femp.es/files/566-762-archivo/Gu%C3%ADa\\_indicadores%20final.pdf](http://www.femp.es/files/566-762-archivo/Gu%C3%ADa_indicadores%20final.pdf)
- FONSECA, A.C. (2008). *Economía Creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países de desarrollo*. Sao Paulo: Itaú Cultural.
- FLORIDA, R. (2002). *The rise of the creative class and how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. New York.
- FLORIDA R., MELLANDER CH. and STOLARICK, K. (2008). «Inside the black box of regional development-human capital, the creative class and tolerance». *Journal of Economic Geography*, 8, págs. 615-649.
- FREEMAN, C. (ed.) (1987). *Technology Policy and Economic Performance: Lessons from Japan*. London: Pinter publishers.
- GEORGHIOU, L. (2007). *Demanding Innovation: Lead Markets, Public Procurement and Innovation*. NESTA, Provocation 02.

- GREFFE, X. (2011). «La Ciudad Creativa» en F. Manito (ed.) *Ciudades Creativas, Economía Creativa, Desarrollo Urbano y Políticas Públicas*. Barcelona: Fundación Kreanta.
- HAWKES, J. (2001). *The Fourth pillar of Sustainability: Culture's Essential Role in Public Planning*. Australia: Vic-Cultural Development Network.
- INTELI (2011). *Creative-Based Strategies in Small and Medium Sized-Cities: Guidelines for Local Authorities*.
- KEA (2006). *The economy of culture in Europe, European Commission Directorate-General for Education and Culture*. Brussels.
- KEA, (2009). *The impact of culture on creativity*. Brussels: KEA European Affairs.
- KEA, (2010). *Business Innovation Support Services for Creative Industries. Short study prepared for the European Commission (DG Enterprise and Industry)*, <http://www.keanet.eu/report/BISScreativeindustries.pdf>
- KIMPELER, S. and GEORGIEFF, P. (2009). «The roles of creative industries in regional innovation and knowledge transfer. The Case of Austria» en E. Villalba, *Measuring Creativity*, Italia.
- LAZZARETTI, L., BOIX, R., y CAPONE, F. (2011). «Why do creative industries cluster? An analysis of the determinants of clustering of creative industries» en L. Lazzarotti (ed.), *Creative Industries and Innovation in Europe*. London: Routledge.
- LUNDVALL, B.A (1988). «Innovation as an Interactive Process: from User-Producer Interaction to National Systems of Innovation» en G. Dosi, C. Freeman, R. Nelson, G. Silverberg y L. Soete (eds.), *Technical Change and economic Theory*. London and New York: Pinter Publishers.
- MULGAN, ALI, HALKETT y SANDERS. (2007). *In and Out of Sync en Nesta Research Report*. Londres.
- POTTS, J. y CUNNINGHAM, S. (2010). «Four Models of the Creative Industries». *Revue d'Economie Politique*, 120(1), págs. 163-180.
- POTTS, J. (2011). *Creative Industries and Economic Evolution*. MA: Edward Elgar.
- POTTS, J. and MORRISON, K. (2009). *Nudging Innovation*. UK: NESTA.
- PHILLS, J.A., DEIGLMEIER, K., y MILLER D.T. (2008). «Rediscovering Social Innovation» *Stanford Social Innovation Review*. Fall 2008. [http://www.ssireview.org/articles/entry/rediscovering\\_social\\_innovation/](http://www.ssireview.org/articles/entry/rediscovering_social_innovation/)
- PNUD (2004). *Informe del desarrollo Humano: La Libertad Cultural en el Mundo Diverso de Hoy*. Disponible en [http://hdr.undp.org/en/media/hdr04\\_complete.pdf](http://hdr.undp.org/en/media/hdr04_complete.pdf)
- PTQK, M. (2011). «Be creative under-class! Mitos, paradojas y estrategias de la economía del talento». Biblioteca YP. [http://www.ypsit.net/recursos/biblioteca/documentos/be\\_creative\\_underclass\\_maria\\_ptqk.pdf](http://www.ypsit.net/recursos/biblioteca/documentos/be_creative_underclass_maria_ptqk.pdf)
- RAUSELL, P., ABELEDO, R., CARRASCO, S. y MARTÍNEZ, J. (2007). *Cultura: estrategia para el desarrollo local*. Madrid: Agencia Española de Cooperación Internacional al Desarrollo.
- RAUSELL, P. y ABELEDO, R. (2012). *Culture as a Factor for Economic and Social Innovation*. Sostenuo Tome 1.
- RAUSELL, P., MARCO-SERRANO, F., y ABELEDO, R. (2011). «Sector Cultural y Creativo y Riqueza de las Regiones En Busca de Causalidades». *Ekonomiaz*, 78(3), págs.66-89.
- READ, H. *Al Diablo con la Cultura*. Disponible en: <http://www.kclibertaria.comyr.com/lpdf/l164.pdf>

ROWAN, J. (2009). *Emprendizajes en Cultura*. YProductions. Disponible en <http://www.ypsite.net/biblio.php>

SACCO, P. L. y SEGRE, G. (2009). «Creativity, Cultural Investment and Local Development: A New theoretical Framework for Endogenous Growth» en U. Fratessi and L. Senn, *Growth and innovation in Competitive Regions. The Role of Internal and External Connections*. Berlin: Springer Verlag.

SEN, A. (1999). *Development as Freedom*. UK: Oxford University Press.

UCLG (2009). *Culture and sustainable development: examples of institutional innovation and proposal of a new cultural policy profile*. <http://www.agenda21culture.net/index>.

UNESCO (2009). «Framework for Cultural Statistics» [www.uis.unesco.org/Culture/Pages/framework-cultural-statistics.aspx](http://www.uis.unesco.org/Culture/Pages/framework-cultural-statistics.aspx)

## CURRÍCULO DEL AUTOR

Raúl Abeledo Sanchís (París, 1973). Doctor en Económicas (2010) y Máster en Estrategias y Gestión Ambiental (1999) por la Universidad de Valencia. Desarrolló su actividad profesional en el ámbito de la consultoría para el desarrollo local en la empresa privada desde 1999 hasta 2006, fecha en que se incorpora a la Unidad de Investigación en Economía de la Cultura de la Universidad de Valencia (Econcult), desde donde coordina el área de Proyectos Europeos.