Introducción

La recuperación o redescubrimiento social de los problemas de Comunicación y Desarrollo implícito en debates contemporáneos, como el propuesto por gobiernos y autoridades comunitarias en torno a la llamada Economía Creativa, constituye hoy un ámbito estratégico de investigación. En los últimos años, éste se ha convertido en eje central de las propias políticas públicas, redefiniendo el papel de la cultura en la era digital desde otra mirada y enfoque productivo, en coherencia con la naturaleza de las transformaciones materiales en curso.

La alteración revolucionaria de los medios y dispositivos de ampliación del espacio público experimentada con la Sociedad Global de la Información define, en nuestro tiempo, un nuevo marco político de cooperación y formación de la ciudadanía, basado en la centralidad de las industrias culturales, y en general, en la determinación de los procesos de desarrollo social por el capital simbólico y el llamado trabajo inmaterial.

No es casual que gobiernos, organismos internacionales y, paulatinamente, la propia academia vuelva a repensar, en esta línea, los retos y dilemas de la nueva cultura y ecosistema informativo en torno a la matriz epistemológica que propone —como aquí apuntamos— la Economía Política de la Comunicación (EPC), dado su notable impacto en el bienestar social y las condiciones de desarrollo.

Si de acuerdo a los criterios del PNUD, el desarrollo es la articulación de voces culturales para el empoderamiento y la autonomía de las comunidades y territorios en su proceso de desenvolvimiento endógeno, las políticas culturales han de ser concebidas como un proceso de mediación construido sobre la polifonía de las culturas populares en tanto que Comunicación

para el Cambio Social con notable influencia en las ecologías de vida y las condiciones de reproducción social. En términos de Bajtín, la historia cultural debe ser concebida en este sentido como una pluralidad de voces, agentes, lugares y memorias que hacen posible la vida en común. El reto de producción de la diversidad cultural implícito en la Agenda 21 de la Cultura impulsó por ello en el ámbito de proximidad de las ciudades, las políticas públicas de reconocimiento y autonomía cultural fomentando iniciativas de emprendimiento y gestión en un campo históricamente relegado a una función secundaria por el Estado.

Las nociones de Economía Creativa, Sectores Creativos, Economía Naranja o Ciudades Creativas dan cuenta, más allá de la deriva nominalista, de la existencia de nuevos procesos de articulación social postfordista que exigen, de parte de la investigación, perspectivas de análisis amplias sobre las tradicionales reflexiones y propuestas acerca de las industrias culturales tradicionales a fin de comprender, críticamente, la lógica de extensión capitalista en el campo simbólico así como la importancia del llamado trabajo inmaterial en el actual modelo de acumulación. Solo así podremos comprender las verdaderas dimensiones y naturaleza de la Sociedad del Conocimiento que se propone como alternativa —en teoría— positiva y llena de oportunidades en forma de salida a la crisis del capitalismo maduro que, en verdad, no es sino en cierto modo, como planteara el ex ministro de Cultura brasileño, Gilberto Gil, de otra forma de «restablecer los modelos organizativos de exclusión en nombre del conocimiento y su acceso» (Gil y Ferreira, 2013: 26).

La cultura está hoy más que nunca subyugada por el capital, reducida a su valor de consumo, utilizada al servicio de y por las élites para aumentar el lucro de unos pocos, cumpliendo, como ya anticipara la Escuela de Frankfurt, con su función reproductora de industrias culturales, hoy denominadas «creativas», de acuerdo a los constreñimientos propios del sistema capitalista y su credo neoliberal. Ahora bien, la aparición de estos conceptos y realidades implican nuevas dinámicas y ponen sobre la mesa importantes retos que es preciso analizar. Y es que las relaciones entre el *anthropos*, la sociedad y cultura están atravesadas por nuevos fenómenos que no se deben pasar por alto. Desde la incorporación de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NTIC) en todos los procesos culturales,

políticos y ciudadanos —que abren interesantes posibilidades para incrementar la democracia— hasta la peligrosa imposición de un mono-discurso totalizador acerca de lo «creativo», con la consecuente exclusión de las minorías y la anulación de la diversidad bajo una etiqueta unidimensional, es posible constatar no obstante la emergencia de nuevas lógicas sociales que conviene explorar en su debido contexto y contradicciones históricas, empezando por la evidente precarización del mercado laboral y la creciente desigualdad estructural que viven las llamadas clases creativas. Desde este punto de vista, nos proponemos el estudio de las políticas de comunicación y cultura, así como su planeación al servicio del desarrollo local desde una perspectiva holística e integradora que relacione de forma comprensiva las líneas de acción observables en diferentes contextos como el de la UE y América Latina, con relación a las luchas fundamentales que están teniendo lugar por una mediación social orientada a la defensa de la democracia y el bien común.

Políticas de Comunicación y Economía Creativa es un ensayo y una apuesta conceptual en un área científica, aún insuficientemente explorada, que supone para sus autores un importante desafío de investigación. Este libro tiene, por tanto, como primer objetivo dar una respuesta tentativa a la necesidad de profundizar en la fundamentación teórico-conceptual del llamado capitalismo cultural, así como aportar elementos de análisis de casos empíricos desde la perspectiva del desarrollo local y sostenible. Si se entiende la Economía Creativa como un sector en el que la ciudadanía puede ser protagonista —como una herramienta desde la que plantear un e-gobierno y una administración pública transparentes; unas instituciones y medios de comunicación que apuesten por el diálogo y el cultivo de las tradiciones culturales, que defiendan lo folk, lo popular, la diversidad, la innovación y el desarrollo sostenible, y que fomenten una participación ciudadana activa y responsable— está claro que se puede hablar de ventajas para el cambio social y para incrementar la democracia sin otro abordaje a los discursos y visiones hoy hegemónicas en esta materia. Una economía creativa, como diría Ramón Zallo (2007), «solo repartirá equitativamente sus frutos si la sociedad que la promueve es igualadora en sus apuestas generales» (218). Por ello, es preciso generar políticas activas en materia de comunicación y cultura y luchar

contra las lógicas impuestas por el capital, que convierten la creatividad humana en mera mercancía, obviando las características singulares y las necesarias condiciones de reproducción de los repertorios simbólicos y las matrices culturales que demandan los pueblos para su supervivencia.

Este libro plantea la necesidad de un abordaje materialista a la hora de aproximarse a este sector llamado Cultura, Comunicación, Creatividad y a su gestión pública. Hemos organizado para ello el volumen en dos bloques diferenciados: en la primera parte, dividido en cuatro capítulos, el ensayo se centra en las aportaciones de la Economía Política de la información, la comunicación y la cultura (EPC). Esto es, desde una perspectiva teórica crítica. Nuestro estudio procura a este respecto aportar tanto nuevos conocimientos sobre las estrategias y diseños de las políticas públicas de las entidades locales, arrojando luz sobre los factores y elementos de innovación que contribuyen hoy a la planificación de la comunicación para el desarrollo local con las nuevas tecnologías, como información empírica sobre las lógicas democratizadoras de la sociedad de la información en el ámbito local, a fin de tratar de explicar las condiciones formales que procuran o, por el contrario, limitan los procesos de autonomía y apropiación social de la cultura digital en la promoción comunitaria y el desarrollo endógeno de las llamadas convencionalmente ciudades creativas.

Tal análisis retoma el legado intelectual de los estudios culturales y la EPC asumiendo el hecho de la centralidad de la dimensión cultural, o simbólica —luego también de los útiles comunicativos— en las actuales políticas de desarrollo en función, como advierte Yúdice (2002), de la transformación de la cultura en un recurso y objeto de reclamo sustitutivo, con frecuencia, de la política y la economía en los procesos de desarrollo territorial. Así, si bien en los años sesenta las políticas locales de desarrollo se centraban en la inversión en capital físico, y una década más tarde se descubrió la importancia económica de inversión en la gente, hoy las políticas públicas priorizan la inversión en capital cultural y social.

Por ello nuestro ensayo pretende, en el segundo bloque, abordar la cuestión concreta de las condiciones materiales (sociedad, institución y economía) de la nueva política cultural, tanto en la UE como en Brasil, analizando los indicadores relativos al

objeto de estudio y su evolución, así como las metodologías más adecuadas para la evaluación de la cultura digital y las transformaciones de las ciudades creativas en la actual coyuntura histórica. Y ello procurando aportar nuevo conocimiento científico en un campo novedoso y en la frontera del saber de las ciencias sociales y las humanidades, al ocuparse de un campo que, por principio, a decir de Peter Burke (1991), exige de la investigación social una mayor atención a las fronteras y espacios de creatividad de las comunidades y pequeños grupos, analizando sus estrategias de innovación y adaptación creativa, en el límite de las complejas relaciones entre sociedad y cultura, estructura y cambio social, *agenciamiento* y determinación histórica, infraestructura material y trabajo autónomo y creativo.

Tal y como podrá colegir el lector en la revisión de la literatura específica sobre la materia, desde el punto de vista del objeto material, la formalización del campo de estudio de las Políticas Culturales y las llamadas Industrias Creativas trasciende el problema de la reproducción y la economía del desarrollo en un sentido clásico, al comprender, en su compleja articulación, múltiples elementos que, hoy por hoy, afectan al modelo de integración y desenvolvimiento, problematizando entre otros procesos las relaciones laborales y la propia organización del capital cultural de una sociedad o comunidad dada, los derechos culturales y el patrimonio común, la gestión del conocimiento y del territorio con relación a la cultura local, la función productiva del llamado sector cuaternario y el rol agregador de la economía inmaterial, la estética y el diseño de producción del espacio y de ampliación del consumo; e inclusive la política industrial y el desarrollo tecnológico en los tecnopolos y *clusters* culturales.

En todos y cada uno de estos procesos y formas concretas de intervención de las mediaciones sociales operan puntos y visiones de observación, tradicionalmente dicotómicas que afectan a la visión material y específica del sentido de lo social, pues tienen que ver directamente con las nociones de lo público y lo privado, de la cultura y la naturaleza, de lo material y lo espiritual, de la producción y del consumo, y de las formas, en fin, de producción y reproducción de lo social. Pero a diferencia de la concepción canónica de las Políticas Culturales, básicamente centradas en la industria mediática y las Bellas Artes, la matriz de análisis aquí propuesta apunta hoy más allá de los parámetros convencional-

mente aceptados en esta área de estudios, incluyendo, en consecuencia, en la definición formal, áreas disciplinares como las Artes, el Diseño, la Antropología, la Sociología de la Innovación, la Comunicación para el Desarrollo, como desde luego la propia Economía de la Cultura. Considerando la compleja realidad y múltiples dimensiones de la nueva lógica de transformación de los territorios y las *economías inmateriales*, trataremos en el presente ensayo arriesgar a definir el objeto formal de las Políticas Culturales en la era de las Industrias Creativas para definir, posteriormente, un análisis institucional de las formas de convergencia y articulación entre el sector de las industrias culturales, los procesos de desarrollo económico y social y las políticas públicas, analizando el poder de la mediación y el vector tecnológico como un proceso de determinación poderosa en las formas contemporáneas de representación y producción del imaginario. En términos de Bourdieu, ello presupone el estudio del poder simbólico, definido como la capacidad de construir la realidad y los modelos de desarrollo, estableciendo un orden gnoseológico que determina el sentido de lo social, el significado directo del mundo o entorno a través de los discursos y signos culturales, ya sean de la moda, el diseño, los videojuegos o las bellas artes.

Desde el punto de vista formal, por tanto, es preciso un análisis más amplio que el que nos sugiere la economía neoclásica para develar las estructuras de construcción simbólica de la comunicación y la cultura.

La crítica materialista de la mediación social proyecta en este sentido elementos de comprensión histórica y económico-política de los espacios de reproducción del capital cultural que deben ser considerados en tanto que construcción de las formas estratificadas y jerárquicas de consumo, producción del gusto y acceso a los códigos culturales. Así, las relaciones articuladas en forma autónoma por los medios e industrias de la conciencia, condiciona sobremanera la interrelación entre individuos y grupos en el acceso y control del capital cultural necesario para su expresión y desarrollo social como siempre hemos defendido.

Ahora bien, la gran transformación que hemos experimentado es que, desde finales de la década de los setenta, la noción de *desarrollo cultural* ha vinculado el campo de la comunicación al problema complejo y recurrente de las necesidades sociales en ámbitos tan dispares como la economía, la política, la educación

y la cultura, integrando la creatividad y las identidades plurales en un nuevo paradigma constituyente del modelo de reproducción modernizadora, bajo el auspicio fundamentalmente de las Naciones Unidas (ONU) —que poco o nada han contribuido al necesario principio de autonomía que define como matriz el discurso sobre la Economía Creativa. Antes bien, los programas de organismos como la FAO o la OMS han promovido desde entonces pensar la comunicación y la cultura en sus programas sectoriales y las políticas de cooperación internacional en virtud de un denominador común: la visión instrumental de los medios y recursos informativos como fuente de progreso y dispositivo servomotor del crecimiento y bienestar económico.

Así, si bien las Naciones Unidas validaron en la agenda pública internacional un enfoque integrador de la comunicación y la cultura como marco de configuración del desarrollo en los Objetivos del Milenio, las políticas de promoción y desenvolvimiento quedaron desplazados a un segundo plano ante el empuje privatizador de las industrias culturales. Las formas marginales de participación pública, la creatividad social de la población y el intercambio y la cooperación multilateral entre países, lejos de garantizar la diversidad ecológica del sistema cultural en los países del Sur, resultaron, en muchos casos, coartadas para legitimar un proceso —calificado por otra parte como imparable— de globalización en función del modelo capitalista de desarrollo económico liberal, que hoy llega a resultar cuando menos alarmante incluso para la propia UNESCO, a la luz del diagnóstico de la situación crítica de dependencia de las «culturas periféricas» en el mercado global de la comunicación que gobierna el capitalismo de plataformas digitales.

La amplia e intensiva mercantilización de la cultura ha llegado al extremo incluso de cuestionar la función de las políticas públicas a nivel nacional, a fin de invalidar los derechos comunes sobre el patrimonio cultural, el acceso público a los bienes simbólicos y hasta la libertad de consumo cultural. La creciente conciencia social y la constatación social de esta crítica situación de partida ha alentado como consecuencia los debates entre creadores, representantes públicos y agentes culturales en citas como Interacció 04 (www.diba.es/interaccio) o el discutido por polémico origen del Foro de las Culturas (www.barcelona2004.org), donde se ha venido tratando de definir hasta nuestros días

una nueva agenda internacional en materia de políticas culturales frente a los desequilibrios que horadan las brechas de desigualdad y refuerzan las lógicas oligopolistas, amenazando las formas locales y diferenciadas de expresión y cultura popular.

Es en este contexto y ofensiva liberal donde cabe comprender los límites y alcance del debate sobre la llamada economía naranja y la propuesta de reforma de la actual inercia comercial marcada por las grandes corporaciones multimedia que cada día parece más desdibujada, al no afrontar el problema de fondo de la diversidad y promoción de las culturas locales y la estructura de comando y propiedad que la limita. La popularización, no obstante, del discurso sobre la economía creativa ha tenido la virtud de abrir un debate internacional en materia de comunicación y cultura que, a medio plazo, puede hacer efectivo el pluralismo cultural, el respeto a los derechos colectivos de la información y la comunicación y la promoción de la creatividad cultural autóctona. En este sentido, las conclusiones y debates que se definieron con motivo de la Convención sobre Diversidad Cultural de la UNESCO (París, 2005) han contribuido de hecho a marcar un punto de inflexión en la construcción de un nuevo modelo de Economía de la Cultura. Brasil es un ejemplo del proceso de apertura y transformación de las políticas públicas en materia de cultura y desarrollo local como en el modelo de gobernanza de la red con el Marco Civil de Internet. En términos de Celso Furtado (1978), ello ha sido posible por concebir las políticas culturales más allá de la lógica de los medios y la racionalidad instrumental para abrir espacio a la participación y activar la creatividad como posibilidad de desarrollo autónomo a partir de la propia identidad, de las raíces comunes de la cultura popular.

Al partir de esta mirada abierta de la noosfera o semiosfera de la cultura, las políticas públicas de Cultura y Desarrollo Local en Brasil lograron asumir así, durante el gobierno del PT, un abordaje transversal de la función económica de producción de autonomía y desarrollo cultural de la ciudadanía. El presente libro es en parte resultado del proyecto de investigación aplicada desarrollado como becario de CAPES y de la colaboración con el Ministerio de Cultura para el desarrollo del programa CRIATIVA BIRO. Como investigador principal, junto con la profesora Daniela Garrossini, se desarrolló durante dos años

parte de la matriz aquí contenida para fundamentar, epistemológicamente, desde una visión materialista y dialéctica, en enfoque transdisciplinario del objeto de estudio que hoy abordamos con la profesora Salomé Sola-Morales, a fin de tratar de capturar y comprender los procesos de integración y producción de lo común a partir de las condiciones materiales de la economía moral de la multitud y el marco histórico-cultural más amplio que define y orienta el gobierno del código y desarrollo de las llamadas industrias creativas. El empeño por capturar los complejos procesos de innovación y cambio cultural en Brasil, a partir de una perspectiva integradora que aplique los aportes de otras disciplinas como la Sociología de la Cultura, la Economía, la Antropología y/o las Humanidades, en general, haciendo posible una problematización productiva en el análisis empírico de las actuales estrategias y dinámicas de renovación del campo de la comunicación y la cultura en los proyectos de desarrollo de las ciudades creativas, fue posible gracias al Posgrado de Artes de la Universidad de Brasilia y Núcleo de Multimedia e Internet de la misma universidad. En el marco del programa de Maestría y Doctorado de esta universidad federal pudimos perfilar dos condiciones básicas, a nuestro juicio, de la necesaria mirada sobre las Políticas Culturales. A saber:

1. El conocimiento transdisciplinar supone la superación de la visión clásica moderna de este ámbito social, basada en el binomio conocimiento básico/conocimiento aplicado, pues al tratarse de la evaluación, análisis y estudio prospectivo de las políticas públicas se propone un círculo virtuoso de enseñanza-aprendizaje entre los diferentes niveles de conocimiento, frente a la visión academicista convencional.
2. El abordaje de conjuntos problemáticos y de territorios de saberes en lo que, siguiendo a Boaventura Sousa de Santos (2010), calificaríamos como Ecologías de la Comunicación y la Cultura, partiendo de un necesario enfoque integrador de saberes con capacidad para una articulación sistémica crítica, al tiempo que dinámica, claro está.

Estos dos supuestos o principios teóricos son comunes a las dos tradiciones científicas que inspiran y alimentan los estudios en Políticas Culturales. Nos referimos a la Economía Política de la Comunicación y a los Estudios Culturales, matrices gnoseo-

lógicas fundamentales de fundamentación del presente proyecto y que, como veremos en las siguientes páginas, aportan herramientas conceptuales, metodológicas y analíticas necesarias para un abordaje integral de los retos que se vislumbran en el actual horizonte histórico. En particular, como es consenso común, en ciencias sociales, analizar todo fenómeno o problema de la realidad implica todo un ejercicio de comprensión integral de la dialéctica de cambio social, de análisis de las transformaciones tecnológicas, culturales y económico-políticas que «afectan a las formas de representar, del construirse la verdad y la memoria, el deseo y sus *pregnancias*, las proyecciones y expectativas que el ser humano sitúa en el espectro de las prácticas simbólicas y culturales en relación con la autocomprensión que le es dado alcanzar de su propia existencia, como individuo pero también en cuanto a su pertenencia e inclusión en las comunidades con que se identifica, (y claro está) en las que se reconoce» (Brea, 2007: 151). Un ejercicio éste de suma importancia para el avance del conocimiento que nos obliga a pensar sobre las posiciones del investigador, que apunta a explicitar el marco de los lugares o *topoi* de observación, pensando las connotaciones del mirar y comprender humanos. Este, y no otro, da razón de ser al sentido del sujeto reflexivo de investigación y la voluntad de interpelación del pensamiento crítico, que niega y trasciende los marcos interpretativos del sentido común para desplegar la potencia del ser. Así, frente a las concepciones neoconservadoras y posmodernistas de la arquitectura y lo urbano como semillero y fuente de creación de nuevos mercados y procesos culturales, frente a la fragmentación y dispersión promulgada por los modelos de distopía urbana prototípicos del individualismo posesivo en la era de la ciudad-red, a la hora de planear los nuevos modelos urbanos, la investigación social ha de acometer alternativas críticas más productivas, partiendo de las necesidades radicales de la ciudadanía y la cultura local. Pues pensar la cultura creativa y la ciudad, desde el punto de vista del desarrollo, siempre tiene implicaciones económico-políticas, que marcan y determinan la vida en común, al concernir aspectos como el imaginario, el espacio público, la educación o el buen gobierno, según puede observarse en algunas experiencias emblemáticas de reestructuración urbana, como la ciudad de Londres, analizadas por Jameson (1988). En definitiva, sólo desde una pers-

pectiva integral y sociocrítica es posible observar y comprender, proyectivamente, la verdadera naturaleza del cambio urbano al que asistimos, proyectando una visión diametralmente distinta de los procesos de articulación de la comunicación y el desarrollo social en los nuevos tecnopolos o ciudades del conocimiento, que distinguen la nueva fase del capitalismo.

En otras palabras, antes de plantear un análisis de la economía creativa en planes de desarrollo local, conviene precisar, en lo concreto, cómo es, y en qué consiste el proceso de transformaciones que la ciudad y la ciudadanía están experimentando como resultado de las nuevas políticas culturales y que, como sabemos, apuntan a un nuevo modelo de urbanidad en la medida en que las políticas de promoción de las industrias creativas se centran en el desarrollo de las ciudades como polos de construcción de tejido y convergencia de las industrias culturales. Nuestro análisis de la previsión de la Secretaría de Economía Creativa del Gobierno Federal de Brasil se planteó por ello, a este respecto, un abordaje más clarificador e integral, desde el punto de vista tanto económico como geopolítico.

Y es que la deriva dominante del sistema-mundo y las políticas públicas de los distintos niveles de gobierno se han traducido, en las últimas décadas, en formas asimétricas de integración y exclusión social, marginando amplios contingentes de población y territorios, que, como resultado, han dado lugar a la emergencia de diversas iniciativas locales y comunitarias que, frente a la lógica segregacionista del capitalismo, han tratado de articular nuevos espacios para la democracia y modelos equilibrados y sostenibles de desarrollo endógeno. Especialmente en las dos últimas décadas, la crisis de gobernabilidad y confianza en los municipios y administraciones locales ha propiciado, en el contexto general de globalización económica y reestructuración de los territorios y culturas autóctonas, la puesta en marcha de diversas iniciativas de participación y regeneración democrática (Sierra, 2019). En tales iniciativas, la planificación de la comunicación en los procesos de participación ciudadana ha sido, sin embargo, ocasional y apenas sistematizada, limitándose, en la mayoría de los casos y experiencias conocidas, tal y como aquí también mostraremos, a estrategias de marketing social o a publicidad y propaganda política institucional. Las nuevas tecnologías de la información ofrecen, sin embargo, herramientas

y posibilidades no exploradas de gobernabilidad, potenciación y desarrollo cultural y socioeconómico descentralizadas, y estrategias alternativas de construcción solidaria de una nueva ciudadanía que apenas empiezan a ser exploradas en diferentes proyectos de economía circular e innovación social responsable. Al tiempo que la recuperación por la sociología y antropología de la dimensión imaginaria da cuenta de la importancia que adquiere la dimensión inmaterial y subjetiva en la constitución de procesos de capitalización y desarrollo endógeno.

Somos conscientes de que tratar esta complejidad exige de la investigación una reconstrucción y revisión crítica más amplia que supera la capacidad y tiempo que, como autores, hemos dispuesto. Desde ya advertimos al lector que este trabajo apenas es un modesto ejercicio de exploración de esta necesaria apertura cognitiva que vindicamos, en forma de ensayo, a fin de lograr abrir un nuevo espacio teórico, redefiniendo las tradicionales distinciones modernas de lo público y lo privado, de lo individual y lo colectivo, tratando en todo momento de desarrollar la cultura republicana, la comunidad política en la que se manifiesten las formas de negación de la vida sumisa, el intelecto público, la política, en fin, de lo común que hoy determinan el campo cultural. Las reflexiones y apuntes sistematizados en este trabajo han sido posibles en el seno de COMPOLITICAS (www.compoliticas.org) y el Seminario Internacional «Milton Santos» de Comunicación y Cultura Urbana, además de los debates mantenidos en ULEPICC (www.ulepicc.org). Desde comienzos de la pasada década hasta nuestros días, a lo largo de diez años, hemos tenido ocasión de conocer y evaluar diversas propuestas en la definición de la Agenda 21 de la cultura como guía de actuación estratégica de los gobiernos locales, además de acompañar los debates en la UE sobre el potencial estratégico de la Economía Creativa en cumbres como la de Lisboa. A todos los compañeros, colegas y responsables públicos que nos acompañaron en esta aventura, hacemos público reconocimiento. Así como al gobierno de Lula y Dilma Rousseff por haber conocido de primera mano los alcances y proyección del Plan Nacional de Cultura, así como las discusiones de los sectores culturales en el foro sectorial celebrado en Brasilia. Sin el apoyo de CAPES y CNPq, este libro no hubiera visto la luz, ni los aprendizajes sistematizados en sus páginas hubieran sido posibles. En la

experiencia adquirida en trabajo de campo en Brasil hasta el año 2014, concluimos, y es nuestra hipótesis de trabajo, que es preciso un abordaje económico-político que, como planteamos en el primer capítulo, «Acotaciones previas a la problemática», plantee una aproximación al marco lógico de las Políticas de Comunicación y Economía Creativa, describiendo su objeto material y formal, a fin de definir una perspectiva trans-disciplinar en su abordaje. Para la consecución de este objetivo, en el segundo capítulo, «La Economía Creativa y su definición», hemos profundizado en sus distintas definiciones posibles: desde las Industrias Culturales y las Industrias Creativas hasta la Economía Creativa, delimitando el ámbito que comprende, sus sectores y clasificaciones, con lógicamente los problemas y límites que acompañan a tales denominaciones. Asimismo, se reflexiona acerca del vínculo entre Economía Creativa y desarrollo y Economía Creativa y plus-valor. En el tercer capítulo, «Aportes de la Economía Política de la Comunicación y la Cultura», se analizan los principales aportes de la Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura, desde los fundamentos de la disciplina hasta sus diferentes desarrollos en EEUU, Europa y América Latina. Finalmente, en el capítulo cuarto, «Políticas de Comunicación y Cultura en la Era Digital», se enfatiza el papel de la tecnología en la era digital, reflexionando acerca de las relaciones entre política e imperio, ciudadanía digital, la nueva ecología urbana en red y la diversidad cultural como problemas constituyentes de toda política cultural en el actual horizonte del capitalismo de plataformas.

En la segunda parte del libro, también compuesta de cuatro capítulos, hemos procurado poner el foco en la «Interpretación de la Economía Creativa en su contexto político-cultural». Así, en el quinto capítulo, titulado «La gobernanza electrónica, el caso de la UE», se analizan las relaciones entre la administración pública y las NTIC, el e-Gobierno y la democracia y la cibercultura y la participación ciudadana. En el sexto capítulo, «El caso de Brasil», el análisis se concentra en las diferentes perspectivas de reflexión y aplicación de la Economía Creativa en el gigante sudamericano. Desde el análisis neoliberal de la Economía Creativa como negocio hasta su opuesto, como proyecto de desarrollo defendido por el Ministerio de Cultura y el Plan de la Secretaría de Economía Creativa. Finalmente, se defiende que la

cultura no es un negocio y se plantean alternativas democráticas como sustrato esencial de esta propuesta. En el séptimo capítulo, «Ciudades, espacios creativos y desarrollo local», se conjuga el vínculo entre la Economía Creativa y el territorio, abogando por una mirada crítica al respecto de las nuevas ciudades red, ciudades digitales y se proponen alternativas democráticas para pensar el desarrollo urbano, así como una ecología sostenible.

En el octavo y último capítulo, titulado «Economía Creativa y agenda de investigación en Comunicación, Innovación y Desarrollo», se reflexiona acerca de las limitaciones del discurso de la innovación, concluyendo con los ejes y líneas de reflexión que estimamos pertinentes para una agenda común en el área. Como seguramente se haya percatado el lector, nuestra apuesta en este campo neurálgico para el llamado capitalismo cultural es cambiar el punto de vista de observación dominante en la materia. Pues siempre es preciso distinguir la lógica de los fines, propia del consumismo de los medios y la colonización de la vida de la inteligencia y razón expresiva que impulsa el tardocapitalismo con la economía de la atención, de la sustancia y sentido de la mediación social. Hoy más que nunca es necesaria una política científica y una actitud inquisidora de distanciamiento, un pensamiento reposado con la debida lentitud, acorde con una nueva *epoché* fenomenológica con la que despojarse de los instintos pragmáticos del pensamiento administrativo que gobierna la era de las máquinas. Frente al totalitarismo de la racionalidad instrumental y finalista, la filosofía de la sospecha, como el arte del humor y el sentido reflexivo o saber vivir y amar, nunca debe renunciar a la inteligencia fecunda que nos faculta para identificar los instrumentos adecuados a la necesidad para conseguir un fin, más allá de la eficacia y la eficiencia, por razones de pertinencia social y ponderación local.

Este ensayo es un tributo a muchos colegas y amigos que desde COMPOLITICAS, la Fundación de Investigaciones Marxistas (FIM) y ULEPICC siguen pensando la práctica teórica como un compromiso regido por el principio del Trabajo Académico con Sentido Social y Pacífico (TASOP), esto es, como una actividad de mediación intelectual, docente, humanista, y orientada por el bien común, en otras palabras, dirigida al beneficio de la comunidad humana, la paz y los entornos o ecosistemas de vida. El objeto de este libro no es otro pues que,

como todo patrimonio cultural inmaterial, contribuir al bien y cohesión social fomentando un sentimiento de identidad y pertenencia con el que compartir y defender el principio esperanza de una vida digna de ser vivida. Con ello, los autores, nos damos por satisfechos.

Sevilla, 31 de diciembre de 2019