

ES

ES

ES



COMISIÓN EUROPEA

Bruselas, 27.4.2010
COM(2010)183 final

LIBRO VERDE

Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas

LIBRO VERDE

Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas

En las últimas décadas, el mundo se ha transformado a una mayor velocidad. Para Europa y otras partes del mundo, la rápida implantación de las nuevas tecnologías y la creciente globalización han provocado una radical reorientación desde la industria manufacturera tradicional hacia los servicios y la innovación. Las fábricas se están sustituyendo progresivamente por comunidades creativas cuya materia prima es su capacidad para imaginar, crear e innovar.

En esta nueva economía digital, el valor inmaterial determina cada vez más el valor material, ya que los consumidores desean obtener «experiencias» nuevas y enriquecedoras. En la actualidad, la capacidad para crear experiencias sociales y redes es un factor de competitividad.

Si Europa quiere seguir siendo competitiva en este entorno global en transformación, debe establecer las condiciones adecuadas para que la creatividad y la innovación florezcan en una nueva cultura empresarial¹.

Existe un gran potencial sin explotar en las industrias culturales y creativas para crear crecimiento y empleo. Para conseguirlo, Europa debe identificar nuevas fuentes impulsoras de un crecimiento inteligente, sostenible e inclusivo e invertir en ellas para tomar el relevo². Una buena parte de nuestra futura prosperidad dependerá de la manera en que utilicemos nuestros recursos, conocimientos y talento creativo para estimular la innovación. A partir de nuestras ricas y variadas culturas, Europa debe ser pionera en las nuevas maneras de crear valor añadido y, por otra parte, también en las maneras de convivir, compartir recursos y disfrutar de la diversidad.

Las industrias culturales y creativas de Europa ofrecen un auténtico potencial para responder a estos desafíos, contribuyendo de esta manera a la estrategia Europa 2020, así como a algunas de sus iniciativas más destacadas, tales como la Unión por la innovación, la Agenda Digital, la lucha contra el cambio climático, la Agenda de nuevas cualificaciones y empleos o Una política industrial para la era de la mundialización³.

¹ Tal como expresó el Presidente Barroso en sus orientaciones políticas para la próxima Comisión. Texto completo: http://ec.europa.eu/commission_barroso/president/pdf/press_20090903_EN.pdf.

² Véase la Comunicación de la Comisión «Europa 2020: Una estrategia para un crecimiento inteligente, sostenible e integrador», COM(2010) 2020.

³ En concreto, las industrias culturales y creativas se reconocen como sectores de crecimiento en el documento de consulta de la Comisión arriba mencionado así como en el documento de trabajo de los servicios de la Comisión «Challenges for EU support to innovation services – Fostering new markets and jobs through innovation», SEC (2009)1195.

Muchos estudios recientes⁴ han mostrado que las industrias culturales y creativas (en lo sucesivo, «ICC») tienen unas empresas muy innovadoras con un gran potencial económico y son uno de los sectores más dinámicos de Europa, que contribuye a aproximadamente el 2,6 % del PIB de la UE, con un gran potencial de crecimiento, y que proporciona empleos de calidad a unos cinco millones de personas en la EU-27⁵.

Además, los contenidos culturales desempeñan un papel crucial en la implantación de la sociedad de la información, fomentando las inversiones en infraestructuras y servicios de banda ancha, en tecnologías digitales y en nuevos aparatos de telecomunicaciones y electrónicos de consumo.

Más allá de su contribución directa al PIB, las ICC también son importantes impulsoras de la innovación económica y social en otros muchos sectores.

En muchos sectores diferentes, las soluciones imaginativas se originan en las ideas creativas de estas industrias, y van desde la regeneración o la «creación de marcas» de países, regiones o ciudades hasta el desarrollo de capacidades de las tecnologías de la información y la comunicación (TIC) (cibercapacidades⁶) para el aprendizaje permanente, desde estimular la investigación a comunicar valores de manera accesible, desde la innovación de productos y servicios hasta la promoción de entornos económicos con bajas emisiones de carbono y sostenibles, y desde el diálogo intergeneracional hasta el diálogo intercultural y la creación de comunidades⁷.

Las ICC, mediante colaboraciones con la enseñanza, pueden también desempeñar un papel de gran importancia para equipar a los ciudadanos europeos con las competencias creativas, empresariales e interculturales que necesitan. En este sentido, las ICC pueden contribuir a los polos europeos de excelencia y a que nos convirtamos en una sociedad basada en el conocimiento. Al mismo tiempo, estas competencias estimulan la demanda de contenidos y productos más diversos y sofisticados. Esto puede configurar los mercados del futuro de una manera que convenga mejor a las bazas de que dispone Europa.

Mediante estos efectos indirectos, las ICC europeas ofrecen una vía hacia un futuro más imaginativo, cohesionado, ecológico y próspero.

⁴ Estudio sobre la economía de la cultura en Europa, realizado por KEA para la Comisión Europea en el año 2006, el documento de trabajo de los servicios de la Comisión arriba mencionado sobre los desafíos para el apoyo de la UE a la innovación y el informe de la UNCTAD, de 2008, denominado «Creative Economy – the Challenge of Assessing the Creative Economy – towards informed policy-making».

⁵ Se necesita más información sobre este sector, y especialmente estadísticas armonizadas, para poder realizar un mejor seguimiento de la situación de las ICC y para que puedan hacerse análisis de la situación, las tendencias, las dificultades y los desafíos actuales.

⁶ La Comisión Europea adoptó en septiembre de 2007 una Comunicación en la que se presenta una agenda de cibercapacidades a largo plazo: «Cibercapacidades para el siglo XXI: fomento de la competitividad, el crecimiento y el empleo», COM(2007) 496, y está examinando en la actualidad la posibilidad de desarrollarla más.

⁷ Véase el estudio sobre el impacto de la cultura en la creatividad efectuado por KEA para la Comisión Europea en 2009.

Para que las ICC puedan aprovechar al máximo las oportunidades que ofrecen la diversidad cultural, la globalización y la digitalización, que son los factores impulsores clave del futuro desarrollo de estas industrias, el desafío consiste en:

- crear los **medios adecuados** incrementando la capacidad de experimentar, innovar y tener éxito como empresarios, y proporcionando un acceso más fácil a la financiación y una adecuada combinación de competencias;
- ayudar a las ICC a desarrollarse en su **entorno local y regional** como plataforma de lanzamiento para una mayor **presencia global**, incluido a través de más intercambios y movilidad; y
- orientarse hacia una economía creativa catalizando los **efectos indirectos** de las ICC en una amplia gama de contextos económicos y sociales.

En un momento en el que nuestros socios internacionales ya se benefician ampliamente de los polifacéticos recursos de las ICC⁸, la UE todavía tiene que desarrollar un enfoque estratégico para conseguir que sus importantes y atractivas bazas culturales sean la base de una poderosa economía creativa y una sociedad cohesionada.

1. CONTEXTO POLÍTICO, OBJETIVOS Y ALCANCE DEL LIBRO VERDE

Todas estas dimensiones ocupan un lugar central en el segundo objetivo de la Agenda Europea para la Cultura⁹, en la que se pide a la UE que aproveche el potencial de la cultura en tanto que catalizador de la creatividad y la innovación en el marco de la Estrategia de Lisboa para el crecimiento y el empleo.

Esta Agenda fue refrendada por una Resolución del Consejo en noviembre de 2007 y por el Consejo Europeo en diciembre de 2007. En sus conclusiones de diciembre de 2007, el Consejo Europeo reconoció la importancia de los sectores culturales y creativos en el marco de la Agenda de Lisboa, así como la necesidad de reforzar su potencial, en particular en lo que respecta a las PYME.

Otras Conclusiones del Consejo subrayaron la necesidad de reforzar el vínculo entre la educación, la formación y las ICC, así como de maximizar el potencial de las PYME en los sectores culturales y creativos¹⁰, y pidieron mejores sinergias entre el sector cultural y otros sectores de la economía y vínculos más intensos entre las políticas culturales y de otro tipo que sean pertinentes¹¹.

⁸ En particular los EE.UU. o Canadá.

⁹ Véase la Comunicación de la Comisión sobre una Agenda Europea para la Cultura en un Mundo en vías de Globalización, COM(2007) 242.

¹⁰ Conclusiones del Consejo sobre la contribución de los sectores culturales y creativos a la consecución de los objetivos de Lisboa, 2007: http://www.consilium.europa.eu/ueDocs/cms_Data/docs/pressData/en/educ/94291.pdf.

¹¹ Conclusiones del Consejo sobre la cultura como catalizador para la creatividad y la innovación, 2009: http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc/CONS_NATIVE_CS_2009_08749_1_EN.pdf.

Paralelamente, el Parlamento Europeo pidió, entre otros, a la Comisión «que aclare cuál es la visión europea de la cultura, la creatividad y la innovación, y que elabore medidas políticas (...) para el desarrollo de las industrias creativas europeas y las incluya en el marco de una verdadera estrategia europea para la cultura»¹².

El presente Libro Verde se basa en las recomendaciones y las mejores prácticas determinadas por dos grupos de trabajo de expertos nacionales (sobre las ICC y las sinergias entre la cultura y la educación) y dos plataformas de la sociedad civil (sobre las ICC y el acceso a la cultura)¹³, que se crearon como parte de la aplicación de la Agenda Europea para la Cultura. También toma como fuente varios estudios e informes independientes recientemente realizados para la Comisión Europea y se inspira en las estrategias desarrolladas en diferentes Estados miembros con el fin de liberar el potencial de sus ICC¹⁴. Por último, refleja algunos de los mensajes transmitidos durante el Año Europeo de la Creatividad y la Innovación 2009, en particular en relación con la necesidad de establecer nuevos puentes entre el arte, la filosofía, la ciencia y los negocios¹⁵.

El presente Libro Verde tiene como objetivo iniciar un debate sobre los requisitos de un entorno creativo auténticamente estimulante para las ICC de la UE. Incluye múltiples perspectivas, desde la del entorno empresarial hasta la necesidad de abrir un espacio europeo común para la cultura, y desde el desarrollo de las capacidades hasta el desarrollo de las competencias y la promoción de los creadores europeos en el escenario mundial.

No tiene como objetivo cubrir todos los temas que puedan tener una repercusión en estas industrias, sino que aborda algunos ámbitos clave en los que una plena utilización de las políticas y los instrumentos a todos los niveles de gobernanza y la consecución de una mayor coherencia y coordinación entre ellos puede liberar efectivamente el potencial de las ICC en Europa.

Las cuestiones que se plantean son las que interesan normalmente a los responsables de la elaboración de las políticas, las ICC y otras partes interesadas a varios niveles: europeo, nacional, regional y local. La Comisión exhorta especialmente a que, para cada uno de los asuntos abordados, se presenten contribuciones sobre **las prioridades de actuación a nivel europeo**.

¹² Resolución del Parlamento Europeo, de 10 de abril de 2008, sobre las industrias culturales en el contexto de la Estrategia de Lisboa.
<http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?type=TA&reference=P6-TA-2008-0123&language=EN&ring=A6-2008-0063>.

¹³ Para consultar los informes de estos grupos véase: http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc2240_en.htm. Las buenas prácticas determinadas por estos grupos se mencionan en notas a pie de página en diferentes partes del documento.

¹⁴ En particular: «A Creative Economy Green Paper for the Nordic Region» (Consejo Nórdico, 2007), «Creative Britain – New Talents for the New Economy» (Reino Unido, 2008), «Creative Value – Culture and Economy Policy Paper» (Países Bajos, 2009) y «Potential of Creative Industries in Estonia» (2009).

¹⁵ Véase, en particular, el Manifiesto de los Embajadores del Año Europeo de la Creatividad y la Innovación 2009, publicado en noviembre de 2009.
<http://www.create2009.europa.eu/ambassadors.html>.

En el presente Libro Verde, cuando se hace referencia a las ICC, se pretende captar las diferentes connotaciones que conllevan los términos «cultural» y «creativo» en toda la UE, reflejando de esta manera la diversidad cultural de esta.

A nivel europeo, en el marco para las estadísticas culturales establecido en 2000 se determinaban ocho ámbitos (patrimonio artístico y monumental, archivos, bibliotecas, libros y prensa, artes visuales, arquitectura, artes escénicas, y medios y multimedia de sonido y audiovisuales) y seis funciones (preservación, creación, producción, difusión, comercio y ventas, y educación) que constituyen el «sector cultural» desde un punto de vista estadístico. Se está trabajando para actualizar este marco y definir el alcance de las ICC¹⁶.

En el presente Libro Verde adoptamos un enfoque bastante amplio basado en las siguientes definiciones de trabajo.

Las «industrias culturales» son las que producen y distribuyen bienes o servicios que, en el momento en el que se están creando, se considera que tienen un atributo, uso o fin específico que incorpora o transmite expresiones culturales, con independencia del valor comercial que puedan tener. Además de los tradicionales sectores artísticos (artes escénicas y visuales, o patrimonio cultural, incluido el sector público), también abarcan el cine, el sector del DVD y el vídeo, la televisión y la radio, los juegos de vídeo, los nuevos medios de comunicación, la música, los libros y la prensa. Este concepto se define en relación con las expresiones culturales en el contexto de la Convención de la UNESCO de 2005 sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales¹⁷.

Las «industrias creativas» son aquéllas que utilizan la cultura como material y tienen una dimensión cultural, aunque su producción sea principalmente funcional. Entre ellas se incluyen la arquitectura y el diseño, que integran elementos creativos en procesos más amplios, así como subsectores tales como el diseño gráfico, el diseño de moda o la publicidad.

A un nivel más periférico, muchas otras industrias se basan en la producción de contenido para su propio desarrollo y, por consiguiente, presentan un cierto grado de interdependencia con las ICC. Se trata, entre otros, del turismo y el sector de las nuevas tecnologías. Sin embargo, estas industrias no están explícitamente contempladas por el concepto de ICC utilizado en el presente Libro Verde.

2. LA DIVERSIDAD CULTURAL, LA TRANSICIÓN AL ENTORNO DIGITAL Y LA GLOBALIZACIÓN: PRINCIPALES FACTORES QUE IMPULSAN UN MAYOR DESARROLLO DE LAS ICC

Las ICC se enfrentan a un contexto en rápida transformación caracterizado, en especial, por la velocidad del desarrollo y la implantación de las TIC digitales a escala global. Este

¹⁶ En 2009 se creó la red «ESSnet-culture» bajo los auspicios de Eurostat.
http://ec.europa.eu/culture/our-policy-development/doc1577_en.htm.

¹⁷ Véase: http://portal.unesco.org/culture/en/ev.php-URL_ID=33232&URL_DO=DO_TOPIC&URL_SECTION=201.html.

factor impulsor tiene un gran impacto en todos los sectores sobre toda la cadena de valor, desde la creación hasta la producción, la distribución y el consumo de bienes y servicios culturales.

La tecnología y la disponibilidad de infraestructuras de banda ancha en zonas urbanas y rurales abre nuevas oportunidades para que los creadores produzcan y distribuyan sus obras a un público más amplio y a un coste menor, con independencia de las limitaciones físicas y geográficas. Gracias a ello, siempre y cuando los proveedores de contenido cultural utilicen plenamente las TIC y se reexaminen las pautas tradicionales de producción y distribución, los creadores pueden tener unas audiencias y unos mercados mayores y se proporciona una oferta cultural más diversa a los ciudadanos. Al mismo tiempo, la implantación de las TIC depende de la disponibilidad de contenidos culturales diversificados y de gran calidad. Por consiguiente, el contenido cultural desempeña un papel de liderazgo en la aceptación de estas nuevas tecnologías por el gran público y para el desarrollo de las cibercapacidades y la mejora de los niveles de alfabetización mediática de los ciudadanos europeos.

Sin embargo, este nuevo entorno cambia sustancialmente los modelos tradicionales de producción y consumo, lo que representa un desafío al sistema a través del cual la comunidad de creadores ha conseguido hasta ahora sacar valor del contenido. La repercusión varía ampliamente según la empresa y está influida por el lugar que ocupa una empresa concreta en la cadena de valor. El valor económico se está desplazando hacia el final de la cadena, lo cual, en determinados sectores, afecta a la retribución efectiva de la creación¹⁸. Además, partes de las industrias de contenido, en especial las que crean contenido grabado, se han visto muy afectadas por la piratería y las pérdidas en las ventas de soportes físicos (p. ej., CD y DVD), que han dañado su desarrollo, reducido su base de ingresos y, por consiguiente, limitado su potencial para generar empleo e inversión. Por este motivo, la industria también debe desarrollar modelos empresariales nuevos e innovadores.

En muchos sectores, el desafío consiste en que las ICC deben sufragar el coste de la transición al entorno digital (digitalización del contenido, desarrollo de competencias y actualización de las cualificaciones del personal, así como temas complejos relacionados con una gestión adecuada de los derechos digitales, etc.) invirtiendo al mismo tiempo en unos nuevos modelos empresariales, y además sometiéndolos a prueba, que no generan un beneficio hasta un tiempo después. Para muchas empresas creativas, puede resultar difícil mantener en funcionamiento la empresa con un modelo empresarial tradicional a la vez que se gestiona la transición hacia nuevos modelos empresariales que todavía se están desarrollando. Asimismo, la capacidad de una empresa para responder a estos cambios estructurales depende en gran medida de su tamaño y de su capacidad de negociación con respecto a los nuevos distribuidores digitales. Esta transición global al entorno digital refuerza la posición de importantes agentes, tales como las empresas de telecomunicaciones o los fabricantes de aparatos electrónicos de consumo, y coincide con la aparición de nuevos y poderosos actores globales, tales como los motores de

¹⁸ Este es, por ejemplo, claramente el caso en el sector de la música, en el que los ingresos de las ventas digitales todavía no generan una remuneración significativa de los artistas; por el contrario, en la industria de los juegos de vídeo, el modelo en línea parece remunerar mejor a los creadores al no existir ningún otro intermediario.

búsqueda y las plataformas sociales basadas en la web, que, a la vez que realizan significativas contribuciones al desarrollo del mercado, también pueden convertirse en unos agentes que restrinjan la entrada en el mismo. Al mismo tiempo, la gran mayoría de las ICC consisten en una multitud de microempresas y de pequeñas y medianas empresas, así como de autónomos, que coexisten con empresas vertical u horizontalmente integradas.

Incluso en los sectores en los que las grandes empresas internacionales desempeñan un papel de liderazgo, las microempresas y las pequeñas empresas tienen una función crucial en la creatividad y la innovación. Se trata generalmente de las empresas que se arriesgan y que adoptan en primer lugar las novedades, y desempeñan unos papeles decisivos a la hora de descubrir nuevos talentos, desarrollar nuevas tendencias y diseñar nuevas estéticas.

La existencia de una gama variada de empresarios y la libre circulación de sus servicios es un requisito previo para una oferta culturalmente diversa para los consumidores. Y esto solamente es posible si se garantiza un acceso justo al mercado. La creación y el mantenimiento de unas condiciones equitativas que garanticen que no existen barreras injustificadas para la entrada necesitará unos esfuerzos combinados en diferentes tipos de políticas, especialmente la política de competencia.

La interoperabilidad puede desempeñar un destacado papel en la creación de unas condiciones equitativas de acceso para las nuevas plataformas y los nuevos equipos. Las normas contribuyen a garantizar la interoperabilidad entre productos, servicios, procesos, sistemas, aplicaciones y redes, tanto nuevos como ya existentes. La interoperabilidad es importante no solo para los productores (en particular, las PYME), sino también para los usuarios. La interoperabilidad refuerza la capacidad de elegir del usuario, especialmente en el caso de los productos y servicios de ICC basadas en las TIC¹⁹. Asimismo, las normas contribuyen a crear un mercado favorable a la innovación, que la fomenta a la vez que evita sistemas que puedan restringir el acceso a contenidos diversos. Por lo tanto, es esencial promover la interoperabilidad entre plataformas y equipos.

Además de la normalización y las cuestiones relacionadas con el precio, la posibilidad de elegir es un interés fundamental de los consumidores. Con arreglo al artículo 167 (antiguo artículo 151 CE) del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, se tendrán en cuenta los aspectos culturales a la hora de aplicar la legislación europea.

En este contexto, la Comisión abordará tres importantes ámbitos de las políticas, que tendrán un impacto significativo en las condiciones marco para las ICC en un entorno digital y que se basan en anteriores procesos de consulta.

En primer lugar, la Agenda Digital para Europa es una de las siete iniciativas insignia de Europa 2020. En el marco que creará la Agenda Digital, la Comisión, entre otros, se esforzará en crear un auténtico mercado único para contenidos y servicios en línea (como por ejemplo unos servicios web y unos mercados de contenidos digitales de la UE sin fronteras y seguros, en los que existan unos elevados niveles de fiabilidad y confianza, un marco reglamentario equilibrado que rijan la gestión de los derechos de propiedad

¹⁹ Véase, en particular, el documento de trabajo de los servicios de la Comisión «The challenges for European standardisation», de octubre de 2004.

intelectual, medidas para facilitar los servicios de contenido en línea transfronterizos, el fomento de las licencias pluriterritoriales, una protección y remuneración adecuadas de los titulares de derechos y un apoyo activo a la digitalización del rico patrimonio cultural europeo).

En segundo lugar, como parte de la iniciativa insignia «Unión por la innovación», se emprenderán acciones específicas para reforzar el papel de las ICC como catalizadoras de la innovación y el cambio estructural. A este respecto, se prestará especial atención a promover el espíritu de empresa, al acceso a la financiación, a mejorar las condiciones marco y la previsión, a determinar las necesidades de investigación y competencias, a desarrollar nuevos conceptos de agrupaciones de empresas y a apoyar mejor a las empresas y la innovación²⁰. El objetivo consistirá en reunir a los principales actores a nivel regional, nacional y europeo con el objetivo de utilizar de manera más estratégica las iniciativas actuales y previstas en apoyo de las ICC así como de reforzar la cooperación transnacional entre ellas. De esta manera, se contribuirá a que más ideas innovadoras se conviertan en nuevos productos y servicios que creen crecimiento y empleo.

En tercer lugar, la Estrategia sobre propiedad intelectual, entre otras cosas, se basará en una serie de iniciativas pasadas y en curso que están directamente relacionadas con varias ICC²¹. Se presta especialmente atención a la utilización y la gestión de los derechos, buscando un equilibrio entre la necesaria protección y sostenibilidad de la creación y la necesidad de fomentar el desarrollo de nuevos servicios y modelos empresariales. En lo que respecta al método, la Comisión ha determinado claramente los ámbitos principales en los que se necesitan mejoras y, en pleno respeto de las normas de competencia y del mercado interior, implicará a las partes interesadas en un enfoque ascendente.

3. CREAR LOS MEDIOS ADECUADOS

Con el fin de poder liberar plenamente su doble potencial cultural y económico, aprovechando en su totalidad los factores impulsores arriba mencionados, las ICC necesitan una mayor capacidad para experimentar e innovar y poder acceder a una adecuada combinación de competencias y a la financiación.

3.1. Nuevos espacios para la experimentación, la innovación y el espíritu de empresa en el sector cultural y creativo

Impulsados por nuevas tecnologías, especialmente digitales, han surgido nuevas audiencias, canales de distribución y modelos de consumo. El acceso a las artes y la participación en ellas están constantemente cambiando de forma, mientras que se están

²⁰ Las acciones deberían basarse en los debates del taller de expertos «Towards a Pan-European initiative in support of innovative creative industries in Europe» que se celebró en Amsterdam los días 4 y 5 de febrero de 2010. Más información en <http://www.europe-innova.eu/creative-industries>.

²¹ Comunicación de la Comisión «Los derechos de autor en la economía del conocimiento», COM(2009) 532; documento de consulta «Creative content in a European digital single market: Challenges for the future», un documento de reflexión de la DG INFSO y la DG MARKT, 2009.

desvaneciendo las fronteras entre creadores y consumidores con el desarrollo de tecnologías de participación tales como blogs, wikis, etc.

Están surgiendo subculturas que producen una combinación pluridisciplinar de formas y contenidos artísticos tradicionales y nuevos. Si bien las instituciones tradicionales poseen una especial importancia para acceder a los servicios culturales, existe la necesidad de reconocer y apoyar nuevas maneras de experimentar la cultura, que planten las semillas de la curiosidad, el análisis y la desmitificación para una relación a lo largo de toda la vida con la cultura²².

Al igual que en todos los otros sectores de la sociedad, debe reforzarse el aspecto de investigación y desarrollo de la creatividad y la creación. Si Europa desea permanecer en una posición de vanguardia, se necesitan más interacciones entre las diferentes disciplinas artísticas y creativas, (sub)sectores, ámbitos económicos y puntos de la cadena de producción. Debería promoverse una colaboración más intensiva, sistemática y amplia entre las artes y las instituciones académicas y científicas, así como iniciativas entre el sector privado y el público en apoyo de una experimentación impulsada por los artistas²³.

A este respecto, será importante adoptar un enfoque holístico a fin de garantizar la existencia de un entorno favorable para la innovación, el crecimiento y el mayor desarrollo de este sector. Si bien ya existen en Europa diversas iniciativas, tanto públicas como privadas, a nivel regional o nacional en apoyo de la innovación y el espíritu de empresa en las ICC²⁴, parece existir la necesidad de ampliar el debate reuniendo los diferentes elementos a todos los niveles, incluido el europeo, a fin de que los actores puedan cooperar sobre acciones concretas en una serie de ámbitos de interés estratégico. Por ejemplo, debería promoverse el establecimiento de lugares de reunión y «laboratorios» para una innovación y una experimentación abiertas y centradas en el usuario, en los que trabajen juntas diferentes disciplinas, y debería alentarse la existencia de intermediarios o mediadores entre diferentes sectores y disciplinas. También deberían promoverse las mejores prácticas en materia de responsabilidad y transparencia. Todo ello nos ayudará a alcanzar la excelencia a nivel mundial.

En este contexto, también es importante crear unas condiciones más apropiadas y favorables para integrar las nuevas tecnologías y, en particular, las digitales, en las ICC, con lo que producirán un contenido profesional más diverso e innovador para los ciudadanos de la UE.

Por norma general, las ICC se articulan alrededor de un núcleo rico y diverso de elementos del patrimonio cultural y en artistas competentes y otros profesionales creativos, y se basan en una interconexión efectiva de las diferentes capas relacionadas

²² Véase, en particular, «Policy guidelines of the civil society platform on access to culture», 2009.

²³ Véanse, en particular, algunas buenas prácticas identificadas por el grupo de trabajo de expertos nacionales y la plataforma de la sociedad civil sobre las ICC.

²⁴ A este respecto, cabe mencionar que se están realizando proyectos piloto sobre nuevos enfoques para determinar la mejor manera de apoyar a las empresas de las industrias innovadoras y creativas en el marco de la plataforma europea de la innovación en el ámbito de los servicios intensivos en conocimientos de la iniciativa «Europe INNOVA», financiada por el Programa Marco para la Innovación y la Competitividad de la UE.

de los servicios empresariales e innovadores para aportar creatividad al mercado. Además, los procesos de producción de las ICC están sometidos a una adaptación e innovación constantes, por lo cual es esencial intercambiar información, basarse en activos intangibles y atraer talento para renovar el proceso. Estas características se derivan de la propia naturaleza de los productos culturales. Los gustos cambiantes del consumidor implican un elevado nivel de incertidumbre en relación con la aceptación por parte de los consumidores. Debido a estas limitaciones, en muchos casos la mejor estructura organizativa es la de una «agrupación de industrias culturales y creativas», es decir, un conjunto concentrado de industrias reactivas y adaptables²⁵. En la mayoría de los casos, estas agrupaciones funcionales se basan en una intensa colaboración entre diferentes instituciones y actores de la innovación interrelacionados. En estos entornos, los competidores emprenden frecuentemente cooperaciones entre empresas, que, en muchos casos, son animadas por redes organizativas tales como las organizaciones de agrupaciones²⁶.

En este contexto²⁷, parece existir la necesidad de mejorar el entorno físico y social en el que los trabajadores creativos y las instituciones relacionadas, tales como las escuelas de arte y diseño o los museos, puedan operar efectivamente en agrupaciones. Se precisa una comprensión más detallada de la manera en que las empresas culturales y creativas pueden beneficiarse mejor del hecho de estar ubicadas en el mismo lugar fomentando la creación de redes, proporcionando un mejor apoyo para estimular la creación de empresas creativas y aportando la dimensión del usuario a las agrupaciones de empresas existentes.

PREGUNTAS

- ¿Cómo pueden crearse más espacios y apoyarse mejor la experimentación, la innovación y el espíritu de empresa en las ICC? En concreto, ¿cómo puede incrementarse el acceso a los servicios de las TIC en las actividades culturales y creativas, y para ellas, y mejorar el uso de su contenido cultural? ¿Cómo podrían las TIC convertirse en impulsoras de nuevos modelos empresariales para algunas ICC?

3.2. Responder mejor a las necesidades de competencias de las ICC

Las empresas de las ICC, situadas en el punto en que confluyen la creatividad y el espíritu de empresa, y especialmente las PYME, tienen dificultades para encontrar personal con la adecuada combinación de competencias. Es de capital importancia garantizar una mejor correspondencia entre la oferta de competencias y la demanda del mercado laboral a medio y largo plazo a fin de reforzar el potencial competitivo del sector. La cooperación entre las escuelas o centros universitarios de arte y diseño y las empresas puede contribuir a este objetivo. Los viveros de empresas, que en muchos casos se han establecido fuera de las escuelas de arte, pero con los que éstas cooperan

²⁵ Véase «The economy of culture», op. cit.

²⁶ El grupo de trabajo de expertos nacionales sobre las ICC ha identificado buenas prácticas de agrupación de empresas en muchos Estados miembros, tales como Irlanda, Reino Unido, España, Estonia, Finlandia o Dinamarca, etc.

²⁷ Véase la Declaración de Amsterdam, adoptada por los participantes en el taller «Towards a Pan-European initiative in support of creative industries in Europe», febrero de 2010: http://www.europe-innova.eu/web/guest/home/-/journal_content/56/10136/178407.

activamente, han demostrado tener éxito a la hora de eliminar el desfase entre la oferta y la demanda de competencias²⁸.

Además, bajo la presión de una evolución tecnológica constante, las necesidades «técnicas» propias de este sector están cambiando con gran rapidez, lo que exige un aprendizaje permanente. Teniendo en cuenta que las ICC utilizan de manera innovadora las TIC, y lo harán cada vez más, existen determinados requisitos de cibercapacidades para fomentar la innovación y la competitividad. Además de estas competencias, las ICC también necesitan personas con competencias empresariales, como por ejemplo de gestión, comerciales, etc., que puedan comprender y movilizar las oportunidades de financiación (bancos e instituciones financieras, patrocinio y donación, etc.) y que comprendan las nuevas TIC, en particular en nuestro entorno digital. A no ser que se tomen medidas específicas a este respecto, existe el riesgo de que la insuficiencia, la inadecuación y la falta de competencias impidan a Europa utilizar todo el potencial de las ICC.

Teniendo en cuenta el elevado potencial de crecimiento de las ICC y el entorno complejo y en constante transformación en el que trabajan, sería especialmente útil comprender y definir mejor las nuevas competencias que necesitan en la actualidad, o que necesitarán en un futuro próximo. Debería lanzarse una iniciativa sectorial específica de las ICC dentro de la iniciativa sobre «nuevas capacidades para nuevos empleos», compartiendo análisis y experiencia a nivel de la UE con la ayuda de los interesados pertinentes²⁹.

A fin de reducir la distancia que separa la formación y la práctica profesional, la «tutoría por pares» (es decir, la mejora de las competencias y los procesos mediante el intercambio entre pares que se enfrentan a los mismos desafíos, como manera de aprender de los errores o los éxitos de otros, definir mejor los propios proyectos gracias a tutores experimentados, explorar nuevas tecnologías o expandir la propia base de contactos) podría resultar un instrumento muy útil para acelerar la respuesta de las ICC a los cambios. Con ello se proporcionaría acceso a profesionales de alto nivel que no están necesariamente disponibles en otros contextos y se contribuiría a crear redes a escala europea.

PREGUNTAS

- ¿Cómo podrían alentarse las colaboraciones entre escuelas de arte y diseño y empresas como manera de promocionar la incubación, la creación de empresas y el espíritu de empresa, así como el desarrollo de cibercapacidades?

- ¿Cómo podría alentarse la tutoría por pares en las ICC a nivel de la Unión Europea?

²⁸ Véanse las buenas prácticas identificadas por el grupo de trabajo de expertos nacionales sobre las ICC.

²⁹ Comunicación «Nuevas Capacidades para Nuevos Empleos: Previsión de las capacidades necesarias y su adecuación a las exigencias del mercado laboral», Comisión Europea, COM(2008) 868.

3.3. Acceso a la financiación

El acceso a la financiación es una barrera fundamental para el crecimiento de muchas empresas dentro de este sector³⁰.

Tal como se ha mencionado, muchos empresarios de la cultura y la creación son pequeñas y medianas empresas. Entre ellas, las empresas formadas por una o dos personas representan la gran mayoría de las empresas del sector e incluyen este nuevo tipo de «individuos emprendedores» o de «trabajadores culturales emprendedores», que ya no encajan en los anteriores modelos típicos de profesiones a tiempo completo³¹.

Las ICC se enfrentan a desafíos específicos en lo que respecta a su disposición a invertir por diferentes motivos; falta de información acerca de las fuentes pertinentes de financiación y de comprensión de las mismas, dificultad para desarrollar y presentar un plan empresarial de manera convincente, o bien utilización de un modelo empresarial caduco³².

Además, estas empresas, en su mayor parte, se basan en prototipos o proyectos y dependen en gran medida de sus servicios o productos «estrella» así como del talento individual y la asunción de riesgos.

El acceso de las ICC a la financiación es limitado, ya que muchas empresas sufren de una infracapitalización crónica y se enfrentan a graves problemas para obtener una estimación adecuada de sus valores inmateriales, como por ejemplo los derechos de autor (como en el caso de los artistas que han firmado un contrato con una empresa discográfica, o los escritores que lo han hecho con una editorial, o bien los catálogos de obras musicales o cinematográficas), cuando quieren obtener financiación. Contrariamente a las empresas en los ámbitos tecnológicos, los valores inmateriales de las ICC no tienen ningún valor reconocido en los balances y sus inversiones para desarrollar nuevos talentos e ideas creativas no se corresponden con el concepto estándar de «investigación y desarrollo».

Los inversores y los bancos necesitan una mejor sensibilización acerca del valor y el potencial económico de las ICC. Deberían existir sistemas de garantía y otros mecanismos de ingeniería financiera para alentar la financiación en las ICC.

El mundo de la creación y el mundo de las finanzas, que, en muchos casos, son mundos separados, deben encontrar un lenguaje común, a través del cual las ICC tengan un acceso más justo a la financiación.

En este contexto, una serie de instrumentos financieros innovadores, tales como el capital riesgo y garantías y otros instrumentos para compartir el riesgo que se aplican a través de actores del mercado, pueden desempeñar un importante papel a la hora de facilitar el

³⁰ Véase, en particular, el miniestudio realizado para la Comisión Europea «Access to finance activities of the European Creative Industry Alliance», Jenny Tooth, 2010, que puede consultarse en www.europe-innova.eu/creative-industries.

³¹ Véanse los documentos preliminares elaborados en el marco del estudio sobre la dimensión empresarial de las industrias culturales y creativas, que la Utrecht School of the Arts realizó para la Comisión Europea, 2010, en <http://cci.hku.nl/>.

³² Jenny Tooth, op. cit.

acceso de las PYME a la financiación. Este tipo de instrumentos se están aplicando en el contexto de los programas de gasto de la UE orientados al mercado (tales como el Programa para la Innovación y la Competitividad). Han demostrado su eficacia a la hora de ayudar a las PYME a acceder a la financiación, pero han tenido como objetivo una amplia gama de PYME sin centrarse específicamente en las empresas de las ICC.

Han surgido a nivel nacional o regional interesantes nuevos modelos financieros específicamente destinados a las ICC. Algunos de ellos facilitan el acceso a los préstamos al compartir la experiencia de diferentes sectores para evaluar a las empresas y sus proyectos³³. Otros reúnen a inversores y empresas que necesitan capital riesgo para crecer³⁴, incluido a través de la financiación colectiva (*crowdfunding*)³⁵. La Comisión también estudia la posibilidad de crear un fondo de garantía de la producción para el sector audiovisual en el contexto de la aplicación del programa MEDIA³⁶.

PREGUNTAS

- ¿Cómo pueden estimularse las inversiones privadas y mejorarse el acceso de las ICC a la financiación? ¿Existe un valor añadido para los instrumentos financieros a nivel de la UE si apoyan y complementan los esfuerzos realizados a nivel nacional y regional? En caso afirmativo, ¿cómo?

- ¿Cómo puede mejorarse la disposición a invertir de las empresas de las ICC? ¿Qué medidas específicas podrían tomarse y a qué nivel (regional, nacional o europeo)?

4. EL DESARROLLO LOCAL Y REGIONAL COMO PUNTO DE PARTIDA PARA CONSEGUIR EL ÉXITO GLOBAL

Las ICC se desarrollan a nivel local y regional, en los que funcionan la creación de redes y de agrupaciones de empresas. Si bien la creatividad tiene raíces locales, tiene también un alcance global. La promoción de la movilidad de artistas y profesionales de la cultura es una manera de ayudar a nuestras ICC a pasar del nivel local al global, y garantizar una presencia europea en todo el mundo.

³³ Véanse los interesantes ejemplos identificados por el grupo de trabajo de expertos nacionales y la plataforma de la sociedad civil sobre las ICC.

³⁴ Véase, en particular, Jenny Tooth, op. cit., así como los documentos producidos en el marco del estudio sobre la dimensión empresarial de las ICC (op. cit.), que destacan la necesidad de capital riesgo para las PYME culturales y creativas innovadoras dentro del mercado único. Véanse asimismo las buenas prácticas identificadas por el grupo de trabajo de expertos nacionales sobre las ICC.

³⁵ Los sitios de *crowdfunding* ayudan a reunir inversores a pequeña escala, por ejemplo para la financiación de películas independientes (p. ej., indiegogo.com).

³⁶ Este fondo compartirá el riesgo financiero relacionado con los préstamos concedidos por bancos a productores audiovisuales europeos independientes, garantizando la cobertura de un determinado porcentaje de las pérdidas en caso de que el productor no consiga devolver el préstamo, alentando de esta manera a los bancos locales a conceder créditos a los productores de películas.

4.1. Dimensión local y regional

A menudo, las ICC contribuyen a reforzar unas economías locales en declive así como a la aparición de nuevas actividades económicas, creando nuevos empleos sostenibles y reforzando el atractivo de las regiones y las ciudades de Europa.

De hecho, las estrategias regionales y locales de desarrollo han integrado con éxito a las ICC en muchos ámbitos: la promoción del patrimonio cultural para un uso empresarial; el desarrollo de infraestructuras y servicios culturales para apoyar el turismo sostenible; la creación de agrupaciones de empresas locales y las asociaciones entre las ICC y la industria, la investigación, la enseñanza y otros sectores; la creación de laboratorios innovadores; el desarrollo de estrategias transfronterizas integradas para gestionar los recursos naturales y culturales y revitalizar las economías locales; y el desarrollo urbano sostenible.

La política de cohesión de la UE ha reconocido la contribución múltiple de la cultura a sus objetivos estratégicos (convergencia; competitividad y empleo; y cooperación territorial)³⁷. Sin embargo, resulta difícil definir el grado en que se apoya a las ICC a través de los fondos dedicados a la cultura, o incluso en el marco de otros capítulos tales como la investigación y la innovación, la promoción de PYME innovadoras, las agrupaciones de empresas y las redes, la sociedad de la información (incluida la digitalización y el acceso electrónico a la cultura), la regeneración urbana y el capital humano³⁸. Asimismo, la política de desarrollo rural financiada por el Fondo Europeo Agrícola de Desarrollo Rural (FEADER) apoya a la cultura, especialmente mediante la preservación del patrimonio rural, lo que incluye la renovación de los pueblos, la protección del patrimonio natural y cultural y las actividades de ocio. También pueden contribuir las estrategias de desarrollo local desarrolladas y aplicadas por las asociaciones locales LEADER en zonas rurales, ya que la cultura aporta diversificación económica y calidad de vida a estas zonas. Y parece observarse que no se aprovecha suficientemente este potencial.

Debería tenerse adecuadamente en cuenta el papel específico que pueden desempeñar las ICC en el desarrollo regional y local a la hora de diseñar políticas y apoyar instrumentos a todos los niveles³⁹.

Las ICC son industrias impulsadas por el conocimiento que tienden a orientarse hacia mercados laborales especializados. La investigación académica apunta a que la industrialización a gran escala de la creatividad y la innovación cultural se produce en las grandes zonas urbanas. Sin embargo, no existe ninguna conexión directa entre las ICC y el tamaño del mercado laboral o la población. La distribución regional de los sistemas industriales y de innovación, incluidas las ICC, es mucho más diversa⁴⁰. En las zonas

³⁷ Para el período de programación 2007-2013, el gasto previsto de la UE en cultura se eleva a aproximadamente 6 000 millones de euros, lo que representa el 1,7 % del presupuesto total.

³⁸ Política de cohesión de la UE; Páginas temáticas: http://ec.europa.eu/regional_policy/themes/index_en.htm.

³⁹ Véanse las buenas prácticas identificadas por el grupo de trabajo de expertos nacionales sobre las ICC.

⁴⁰ Creative and Culture Industries, Priority Sector Report (versión provisional), European Cluster Observatory, 2010.

rurales, los nuevos modelos empresariales pueden ayudar a introducir innovación y sostenibilidad en actividades tradicionales (por ejemplo la artesanía local) y conducir a la viabilidad económica⁴¹.

La creatividad y la innovación tienen una importante y diferenciada dimensión regional⁴². Las políticas y los instrumentos de apoyo deben estar determinados a nivel local, basándose en las características específicas y los activos locales y aprovechando los recursos locales (enfoque de desarrollo basado en el lugar). Al mismo tiempo, una coordinación eficaz entre los diferentes niveles de las políticas y la administración es esencial para conseguir el éxito. La evaluación del impacto y los instrumentos de evaluación deberían incorporarse a las estrategias de desarrollo a fin de apoyar el diseño de políticas basadas en pruebas.

Las estrategias con éxito se basan en un modelo de desarrollo a medio y largo plazo (es decir, de diez a veinte años) que combina las inversiones en infraestructuras y capital humano. Las inversiones deberían destinarse a ámbitos cruciales para las ICC, tales como los nuevos modelos empresariales, la creatividad y la innovación, la digitalización, las competencias y la mejora del capital humano, y la colaboración creativa con otros sectores. Un enfoque estratégico en el contexto de un modelo de desarrollo integrado significa que el apoyo a las ICC no se considera un «lujo» ni una opción política aislada, sino una contribución conjunta al desarrollo económico y la cohesión social de un territorio. Para tener éxito, deberían definirse estrategias de desarrollo integradas en los niveles territoriales pertinentes, en colaboración entre las autoridades responsables de las diferentes políticas públicas (tales como desarrollo económico, empleo, educación y cultura) y los representantes de la sociedad civil, en concreto las empresas, los trabajadores y las asociaciones de ciudadanos.

Es de capital importancia intercambiar las mejores prácticas, y deberían utilizarse todas las redes posibles a lo largo de Europa para facilitar el conocimiento y la transferencia de capacidades entre las zonas que quedan atrasadas y los centros en crecimiento.

PREGUNTAS

- ¿Cómo puede reforzarse la integración de las ICC en el desarrollo estratégico regional o local? ¿Qué instrumentos y que colaboraciones se necesitan para un enfoque integrado?

4.2. La movilidad y la circulación de las obras culturales y creativas

La promoción de la movilidad de los artistas y los profesionales de la cultura, que son esenciales para el florecimiento de las ICC, contribuye significativamente a sus competencias profesionales y/o a su evolución artística, desarrollando sus propias ambiciones de investigación y exploración, abriendo nuevas oportunidades de mercado y reforzando sus posibilidades de carrera, en particular mediante su participación en residencias, festivales, giras de actuaciones en vivo, exposiciones internacionales o acontecimientos literarios. Asimismo, la movilidad puede repercutir más directamente y de forma positiva en los resultados de las ICC mediante la apertura de nuevas

⁴¹ Estudio realizado para la Comisión Europea sobre la contribución de la cultura al desarrollo económico local y regional como parte de la política de cohesión de la UE.

⁴² Sexto informe de situación sobre la cohesión económica y social - COM(2009) 295.

oportunidades de mercado a través de programas que mejoren las estrategias de exportación de la industria, promuevan los programas internacionales de colocación o refuercen el desarrollo de las capacidades⁴³.

Por otra parte, la circulación de las obras beneficia a las audiencias europeas, ofreciéndoles nuevas perspectivas, desafiando a las mentalidades individuales y colectivas para que comprendan la complejidad y vivan en ella (un conjunto de capacidades, incluida la comunicación intercultural, que son de capital importancia en el mundo actual), y dándoles acceso a un paisaje cultural más diverso. A otro nivel, la circulación más allá de las fronteras nacionales dentro de la Unión Europea ayuda a los ciudadanos europeos a conocer y comprender mejor las culturas de los demás, a apreciar la riqueza de la diversidad cultural y a comprobar por sí mismos lo que tienen en común.

Por último, la movilidad de los artistas, los profesionales de la cultura y las obras también es esencial para la circulación de ideas a través de las fronteras lingüísticas o nacionales, y para dar a todo el mundo un acceso más amplio a la diversidad cultural.

Por todos estos motivos, son un componente clave de la Agenda Europea para la Cultura, así como del Programa Cultura de la UE (2007-2013).

No obstante, existen numerosos obstáculos a la movilidad. Algunos de estos obstáculos están relacionados con la normativa que regula los visados, el régimen social y fiscal y otras barreras administrativas o bien la falta de acceso a información precisa⁴⁴ sobre los diferentes aspectos legales, reglamentarios, de procedimiento y financieros que subyacen a la movilidad en el sector cultural. Ya se está trabajando para superar estos obstáculos⁴⁵, y este asunto no se abordará en el presente documento.

Más allá de estos aspectos más amplios, también existe un cierto margen para seguir reforzando la movilidad de las obras, los artistas y los profesionales de la cultura, actuando en relación con la cadena de actores, tanto privados como públicos, para conseguir la diversidad cultural a través de las fronteras. Hay muchos tipos de actores y difieren significativamente de un sector a otro. Dentro de esta cadena, puede ser pertinente un impulso a la circulación transfronteriza y el acceso en línea en diferentes puntos de la intermediación entre creadores y productores de expresiones culturales y ciudadanos o consumidores. A un nivel diferente, podrían ser útiles acciones destinadas a abordar desafíos específicos, como por ejemplo ayudar a talentos emergentes o a

⁴³ Véase, en particular, el estudio realizado por Ericarts para la Comisión Europea «Mobility matters: Programmes and schemes to support the mobility of artists and cultural professionals», 2008.

⁴⁴ Véase el estudio de viabilidad realizado por McCoshan et al para la Comisión Europea «Information systems to support the mobility of artists and other professionals in the culture field», 2009.

⁴⁵ Un grupo de expertos nacionales sobre la movilidad de los artistas creado como parte de la aplicación de la Agenda Europea para la Cultura está abordando varios de estos temas, mientras que los Estados miembros, en el contexto de la aplicación de la Directiva 2006/123/CE, relativa a los servicios en el mercado interior, deberían haber abordado las restricciones de acceso al mercado y la movilidad de los artistas y los profesionales de la cultura.

repertorios o colecciones menos conocidos⁴⁶ a cruzar las fronteras nacionales y lingüísticas.

Por consiguiente, sería positivo comprender mejor qué formas de asociación, cooperación o apoyo podrían contribuir a facilitar, acelerar y expandir la movilidad de las obras, los artistas y los profesionales de la cultura más allá de las fronteras nacionales a nivel europeo.

Así pues, en el presente Libro Verde se trata más específicamente de comprender cómo puede incrementarse y mejorarse esta movilidad.

PREGUNTAS

- ¿Qué nuevos instrumentos deberían mobilizarse para promover la diversidad cultural mediante la movilidad de las obras culturales y creativas, los artistas y los profesionales de la cultura dentro de la Unión Europea y fuera de ella? ¿En qué medida la movilidad virtual y el acceso en línea podrían contribuir a estos objetivos?

4.3. Intercambios culturales y comercio internacional

El marco que rige la perspectiva de la UE en relación con el comercio y los intercambios culturales internacionales es la Convención de la UNESCO de 2005 sobre la protección y promoción de la diversidad de las expresiones culturales. Con arreglo a esta Convención, la UE se compromete a fomentar unos intercambios culturales más equilibrados y a reforzar la solidaridad y la cooperación internacional dentro de un espíritu de colaboración con el fin, en particular, de reforzar las capacidades de los países en desarrollo para proteger y promover la diversidad de las expresiones culturales. Estos objetivos se corresponden con algunos de los principios rectores de la Convención, en particular los principios de un acceso equitativo⁴⁷ y de apertura y equilibrio⁴⁸.

En este contexto, la Unión Europea ha mantenido la capacidad, para sí misma y para los Estados miembros, de definir y aplicar políticas culturales con el fin de preservar la diversidad cultural⁴⁹. Al mismo tiempo, la Unión ha reforzado su compromiso de apoyar el papel de la cultura en el desarrollo y promueve diferentes formas de trato preferencial para los países en desarrollo. La UE también está comprometida en la promoción del diálogo intercultural en todo el mundo. Al hacerlo, también debe contribuir a la difusión de su diversidad cultural, incluidos los bienes y servicios producidos por sus ICC, en todo el mundo.

⁴⁶ Un grupo de trabajo de expertos nacionales está trabajando sobre la movilidad de las colecciones de los museos en el marco de la Agenda Europea para la Cultura.

⁴⁷ Véase el artículo 2 de la Convención, Principio 7.

⁴⁸ Véase el artículo 2 de la Convención, Principio 8.

⁴⁹ Al igual que muchos otros socios de la Organización Mundial del Comercio, la UE y sus Estados miembros, cuando se adhirieron al Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (GATS), mantuvieron su capacidad para definir y aplicar políticas con el fin de preservar la diversidad cultural mediante la notificación de exenciones de la aplicación de la norma de la nación más favorecida de conformidad con el artículo II del GATS y evitando, en consecuencia, realizar compromisos específicos sobre el acceso al mercado y el trato nacional de los servicios culturales, en particular en el sector audiovisual.

Este enfoque específico de los intercambios culturales es un reflejo de los valores compartidos que se encuentran en el núcleo del proyecto europeo. Se trata de los pilares fundamentales en los que puede configurarse una «imagen de Europa» diferenciada y dinámica, una imagen de una Europa atractiva y creativa, que se base en su rico patrimonio y en su apertura a las culturas de todo el mundo. La larga tradición de Europa y sus grandes activos en el ámbito del cine, la música, el arte, la arquitectura, el diseño o la moda pueden, sin duda, aportar una contribución positiva a las relaciones de la UE con el resto del mundo.

Para favorecer el desarrollo de ICC de nivel internacional y la exportación de sus obras, productos y servicios, es obviamente necesario establecer vínculos con terceros países. Las PYME, en particular, necesitan ayuda para establecer contactos y para que se promocionen sus actividades en otros países. El diálogo de industria a industria, las misiones de exploración y la información sobre los mercados, así como la representación colectiva en ferias internacionales, son algunos de los instrumentos colectivos desarrollados para apoyar las exportaciones. Los programas de cooperación⁵⁰ ofrecen tanto una oportunidad de aprendizaje mutuo como una red de contactos en otros países. También es importante facilitar los intercambios artísticos con terceros países para estimular la diversidad cultural⁵¹.

Europa ha celebrado numerosos acuerdos con terceros países o asociaciones regionales de países. La asistencia técnica y los programas de cooperación podrían incluir a las ICC como ámbitos prioritarios para los intercambios económicos. Asimismo, los diálogos sobre las políticas con terceros países o agrupaciones regionales podrían, en algunos casos, apoyar los diálogos de industria a industria, y podrían elaborarse instrumentos específicos de la UE para facilitar los intercambios y las exportaciones⁵².

PREGUNTA

- ¿Qué instrumentos deberían preverse o reforzarse a nivel de la UE para promover la cooperación, los intercambios y el comercio entre las ICC de la UE y terceros países?

5. HACIA UNA ECONOMÍA CREATIVA: LOS EFECTOS INDIRECTOS DE LAS ICC

Los informes publicados en varios países europeos muestran que las ICC desempeñan un papel más importante en los sistemas nacionales y regionales de innovación que lo que anteriormente habían reconocido los responsables de la elaboración de las políticas⁵³.

⁵⁰ Tales como los apoyados en el marco de la acción preparatoria MEDIA Internacional (2008-2010) y de MEDIA Mundus (2011-2013).

⁵¹ Tal como subrayó la plataforma sobre el potencial de las industrias culturales y creativas.

⁵² Véanse las buenas prácticas identificadas por el grupo de trabajo de expertos nacionales sobre las ICC.

⁵³ Véanse, en particular, Bakhshi, H., McVittie, E. y Simmie, J., «Creating Innovation». «Do the creative industries support innovation in the wider economy?» 2008; Pott, J. y Morrison, K., «Nudging Innovation», 2008, «Consideration of the NESTA Innovation Vouchers Pilot», 2008; «The role of creative industries in industrial innovation», Müller, K., Rammer, C. y Trüby, J., 2008.

En primer lugar, estas industrias proporcionan contenido para alimentar los dispositivos y las redes digitales y, de esta manera, contribuyen a la aceptación y el posterior desarrollo de las TIC, como por ejemplo la implantación de la banda ancha. En tanto que usuarios intensivos de tecnología, a menudo sus demandas también alientan las adaptaciones y la evolución de la tecnología, impulsando la innovación por parte de los productores de tecnología.

En segundo lugar, a través de su papel específico en el centro de la transición al entorno digital y la nueva tendencia hacia una «economía de la experiencia», así como de su capacidad para configurar y amplificar las tendencias sociales y culturales y, por tanto, la demanda del consumidor, las ICC desempeñan un importante papel para contribuir a un entorno favorable a la innovación en Europa.

En tercer lugar, se observa que las empresas que utilizan proporcionalmente más los servicios de las ICC obtienen mejores resultados en materia de innovación. Si bien todavía no están bien documentados los mecanismos específicos por los que esto sucede, parece observarse que los servicios de innovación creativa proporcionados por las ICC son utilizados por otras empresas y organizaciones de la economía más general para sus actividades innovadoras, con lo que se contribuye a hacer frente a carencias de comportamiento tales como la aversión al riesgo, la tendencia a la inercia y la falta de visión. El diseño es un buen ejemplo de un proceso creativo que puede conducir a una innovación centrada en el usuario⁵⁴.

Además, existen informes que muestran también que los trabajadores creativos están más integrados en la economía general de lo que anteriormente se pensaba: hay más especialistas creativos que han recibido formación en escuelas de arte y que trabajan fuera de las ICC que los que trabajan en ellas, y actúan como transmisores del conocimiento, la innovación y las nuevas ideas que se iniciaron en las ICC.

De manera más general, las ciudades y las regiones consideran cada vez más que las infraestructuras culturales de primera clase y los servicios de alta tecnología, las buenas condiciones de vida y de ocio, el dinamismo de las comunidades culturales y el vigor de las ICC locales son factores de implantación indirectos que pueden ayudarles a reforzar su competitividad económica estableciendo un entorno positivo para la innovación y atrayendo personas muy cualificadas así como empresas.

Al mismo tiempo, el sector cultural y las ICC pueden aportar una contribución fundamental para responder a grandes desafíos tales como la lucha contra el calentamiento global y la transición a una economía «verde» y un nuevo modelo sostenible de desarrollo. El arte y la cultura tienen una capacidad única para crear «empleos verdes», sensibilizar, desafiar los hábitos sociales y promover cambios comportamentales en nuestras sociedades, como en el caso de nuestra actitud general en relación con la naturaleza. También pueden abrir nuevas vías para hacer frente a la dimensión internacional de estos temas. Para responder a estos desafíos, los diferentes niveles de gobernanza deben diseñar los entornos adecuados para desarrollar estrategias de creatividad. Al mismo tiempo, debería seguirse reflexionando sobre la evaluación de

⁵⁴ Documento de trabajo de los servicios de la Comisión «Design as a driver of user-centred innovation» - SEC(2009) 501.

un entorno creativo para complementar indicadores de la innovación más tradicionales. En este caso, la cuestión clave es cómo acelerar los efectos indirectos positivos que la cultura y las ICC pueden producir en la sociedad y la economía en general.

Una manera de hacerlo es maximizando los vínculos entre la cultura y la educación a fin de promover la creatividad a lo largo de toda la vida. En este caso, la principal premisa es que la creatividad no es exclusivamente un don innato. Todo el mundo es creativo de una manera o de otra, y puede aprender a utilizar su potencial creativo. Por tanto, en nuestro mundo complejo y rápidamente cambiante deberíamos esforzarnos en promover competencias creativas, empresariales e interculturales que nos ayudarán a responder mejor a los nuevos desafíos económicos y sociales⁵⁵.

A este respecto, una enseñanza de la cultura y el arte de calidad puede desempeñar un importante papel, ya que tiene el potencial de reforzar la imaginación, la originalidad, la concentración, las competencias interpersonales, el gusto por la exploración, el razonamiento crítico y no verbal, etc., entre las personas que aprenden⁵⁶. En este contexto, deberían estudiarse otras posibles sinergias entre la cultura y la educación. El principio en este ámbito debería ser la «responsabilidad conjunta» de los sectores de la educación y la cultura y, por consiguiente, debería procurarse que se crearan asociaciones temáticas y sostenibles entre ambas partes⁵⁷.

La alfabetización mediática es también una manera muy importante de promover la creatividad y la participación de los ciudadanos en la vida cultural de la sociedad. Hoy en día, los medios de comunicación son unos canales muy importantes de distribución de contenidos culturales así como un vector para las identidades culturales europeas, y debería alentarse la capacidad de los ciudadanos europeos para tomar decisiones con conocimiento de causa y diversificadas en su papel de consumidores de contenidos de los medios de comunicación.

A un nivel macroeconómico, deberían reforzarse los vínculos entre las ICC y otras industrias para el beneficio de la economía en su conjunto. A este respecto, sería interesante comprender mejor de qué manera puede alentarse el uso de la creatividad en otras industrias, así como el tipo de creatividad que están buscando las empresas y los mecanismos adecuados para facilitar estas interacciones.

A fin de establecer unos vínculos eficaces entre las ICC y ámbitos tales como la educación, la industria, la investigación o la administración, deberían crearse auténticas «asociaciones creativas» y deberían aplicarse mecanismos efectivos para transferir conocimientos creativos tales como el diseño a otros sectores. Los sistemas de cheques a la innovación tales como «Creative Credit», que ayudan a las empresas a desarrollar sus ideas colaborando con las ICC, parecen muy prometedores a este respecto⁵⁸.

⁵⁵ El nuevo marco estratégico para la cooperación europea en el ámbito de la educación y la formación («ET 2020»), adoptado por el Consejo en mayo de 2009, afronta claramente este desafío al destacar la necesidad de reforzar la creatividad y la innovación, incluido el espíritu de empresa, a todos los niveles de la educación y la formación.

⁵⁶ Véanse las buenas prácticas identificadas por el grupo de trabajo de expertos nacionales sobre las sinergias entre la cultura y la educación.

⁵⁷ Véanse las buenas prácticas identificadas por el grupo de trabajo de expertos nacionales sobre las sinergias entre la cultura y la educación.

⁵⁸ <http://www.creative-credits.org.uk/> por NESTA, Reino Unido.

En este contexto, los mecanismos de apoyo a la innovación para beneficiar a las ICC no solamente permiten a estas últimas innovar más y mejor, sino que también las capacitan para proporcionar soluciones más innovadoras a otros sectores o industrias y, por tanto, ayudan a la economía global de Europa a liberar todo su potencial de innovación. Además, las instituciones intermediarias tienen que desempeñar un papel esencial actuando como interfaz entre mundos que solamente están empezando a conocerse, contribuyendo a crear confianza y comprensión sobre objetivos y expectativas, y desarrollando o perfeccionando métodos de trabajo⁵⁹.

PREGUNTAS

- ¿Cómo pueden acelerarse los efectos indirectos de las ICC en otras industrias y la sociedad en su conjunto? ¿Cómo pueden desarrollarse y aplicarse mecanismos eficaces para esta difusión del conocimiento?
- ¿Cómo pueden promoverse las «asociaciones creativas» entre las ICC y las instituciones educativas, las empresas y las administraciones?
- ¿Cómo puede apoyarse un uso mejor de los intermediarios existentes así como el desarrollo de una serie de intermediarios que actúen como interfaz entre las comunidades artísticas y creativas y las ICC, por una parte, y las instituciones educativas, las empresas y las administraciones, por otra?

Solicitud de comentarios

La Comisión invita a todas las partes interesadas a que le envíen sus comentarios acerca de las cuestiones y/o el contenido que se plantean en el presente Libro Verde. Las respuestas y los comentarios, que podrán referirse a la totalidad o solamente a un número limitado de las cuestiones mencionadas, deberán recibirse en la siguiente dirección a más tardar el 30 de julio de 2010:

Comisión Europea

DG Educación y Cultura

Libro Verde sobre las industrias culturales y creativas

MADO 17/76

B - 1049 Bruselas

O por correo electrónico a:

EAC-Creative-Europe@ec.europa.eu

Si los interesados desean enviar respuestas confidenciales, deberán indicar claramente qué parte de la información es confidencial y no debe publicarse en el sitio web de la

⁵⁹ Véase, en particular, el estudio realizado por Tillt (Suecia), Disonancias (España) y WZB - Social Science Research Center Berlin (Alemania) como parte del trabajo de la agrupación estratégica Tillt Europe, financiado con cargo al Programa Cultura:
<http://creativeclash.squarespace.com/storage/ComparativeAnalysis%20TILLT%20EUROPE.pdf>.

Comisión. Las demás contribuciones que no se marquen claramente como confidenciales podrán ser publicadas por la Comisión.

Se invita a las organizaciones a inscribirse en el registro de grupos de interés de la Comisión (<http://ec.europa.eu/transparency/regrin>). Este registro se creó en el marco de la Iniciativa europea en materia de transparencia con el fin de proporcionar a la Comisión y al público en general información sobre los objetivos, la financiación y las estructuras de los grupos de interés.