

Política cultural/ industrias creativas

Cultural Policy / Creative Industries

Política cultural/industrias creativas

Toby Miller

UNIVERSITY OF CALIFORNIA, RIVERSIDE

Profesor del Departamento de Medios y Estudios Culturales de la

Universidad de California, Riverside. PhD, Murdoch University. Entre sus últimas publicaciones se cuentan *Television Studies: The Basics* (Routledge, 2010), *The Contemporary Hollywood Reader* (Routledge, 2009), *Makeover Nation: The United States of Reinvention* (Ohio State University Press, 2008), *Cultural Citizenship: Cosmopolitanism, Consumerism, and Television in a Neoliberal Age* (Temple University Press, 2007), *A Companion to Cultural Studies* (Nanjing University Press, 2006). Correo electrónico: toby.miller@ucr.edu

Artículo de reflexión

El presente artículo es una parte de un libro titulado *Blow Up the Humanities* (Temple University Press, 2012).

Traducción de Laura Victoria Navas, estudiante de la Carrera de Estudios Literarios, Pontificia Universidad Javeriana, Bogotá. Correo electrónico: laura.victoria.navas@gmail.com

SICI: 0122-8102(201212)16:32<19:POLCIC>2.0.TX;2-D

Resumen

El artículo examina la teoría y la historia de la política cultural, un discurso de la Ilustración amenazado por el discurso de la nueva derecha de las industrias creativas. El discurso de las industrias creativas representa la respuesta más interesante y productiva a una crisis de relevancia de las humanidades y al surgimiento de una sociedad del conocimiento. Luego se proporciona un breve estudio de caso sobre asuntos ambientales relacionados, con el fin de subrayar el riesgo de que las prioridades industriales dominen las culturales.

Palabras clave: nueva derecha, industrias creativas, estudios culturales, política cultural, sociedad del conocimiento

Palabras descriptor:

Conservatismo, Estudios culturales, Política cultural, Sociedad de la información

Abstract

This paper examines the theory and history of cultural policy, a discourse from the Enlightenment threatened by the new rights discourse on creative industries. This discourse is the most interesting and productive answer to the humanities' relevance crisis and the emergence of a knowledge society. It then offers a brief case study on related environmental issues, with the scope of underlining the risks that arise when industrial priorities rule over cultural ones.

Keywords: New Right, Creative Industries, Cultural Studies, Cultural Policy, Knowledge Society.

Keywords plus: Conservatism, Cultural studies, Cultural policy, Information society

Resumo

O artigo examina a teoria e história da política cultural, discurso da ilustração ameaçado pelo discurso da nova direita das indústrias criativas. O discurso das indústrias criativas representa a resposta mais interessante e produtiva a uma crise de relevância das humanidades e ao surgimento de uma sociedade do conhecimento. A seguir apresenta-se breve estudo de caso sobre as questões ambientais relacionadas com o objetivo de enfatizar o risco de que as prioridades industriais dominem as culturas.

Palavras-chave: nova direita, indústrias criativas, estudos culturais, política cultural, sociedade do conhecimento

Palavras-chave descritores:

Conservatismo, Estudos Culturais, Política Cultural, Sociedade da Informação

RECIBIDO: 2 DE OCTUBRE DE 2011. ARBITRADO: 19 DE NOVIEMBRE DE 2011. ACEPTADO: 5 DE DICIEMBRE DE 2011.

Cultura y política

La palabra cultura se deriva del latín *colere*, que implica trabajar y desarrollar la agricultura como parte de la subsistencia. Con la llegada de la división capitalista del trabajo, la palabra cultura vino tanto a *representar* el instrumentalismo como a *renegar* de él, por medio de la industrialización de la agricultura, por un lado, y el cultivo del gusto personal, por el otro. Los diccionarios alemanes, franceses y españoles del siglo XVIII dieron cuenta de un cambio metafórico: se pasó del desarrollo culinario a la elevación espiritual. La difusión del alfabetismo y la imprenta permitió ver cómo se transmitían, se ejecutaban y se adjudicaban leyes y costumbres a través de la palabra escrita. Los textos culturales complementaron y suplantaron la fuerza física como garantías de la autoridad. Con la Revolución Industrial, las poblaciones se urbanizaron, se importó comida, se intercambiaron formas textuales, y una incipiente sociedad de consumo estimuló las carreras de caballos, la ópera, las exposiciones de arte, las mascaradas y los bailes. El impacto de este cambio se vio reflejado en la mano de obra cultural: los *poligrafi* en la Venecia del siglo XV y los escritoruelos en la Londres del siglo XVIII escribieron populares e influyentes libros de conducta. Estos libros que aleccionaban la vida urbana cotidiana marcaron la textualización de la costumbre y la aparición de nuevas identidades ocupacionales (Briggs y Burke). Las políticas culturales surgieron como alternativas urbanas y seculares frente al conocimiento rural y teísta (Schelling, 180) en una era incipientemente capitalista, centrada en la “realización personal” (Weber). Estas políticas también alimentaron la expansión imperial a través de la *conquista* española de América, la *missão civilizadora* portuguesa, y la *mission civilisatrice* francesa y británica, creando una ansiedad que nunca ha disminuido (Mowlana). Los Estados Unidos fueron un clásico ejemplo de una cultura importada. En 1820, Sydney Smith preguntó: “En los cuatro cuartos del globo, ¿quién lee un libro americano, o asiste a una obra de teatro americana, u observa una pintura o una estatua americanas?” (141), y Herman Melville criticó la devoción decimonónica norteamericana hacia todas las cosas inglesas como un obstáculo para introducir “el republicanismo en la literatura” (Newcomb, 94). En la Inglaterra imperial, el estudio de la cultura formó “el núcleo del sistema educativo”. Se “creía que [la cultura] poseía virtudes peculiares para formar políticos, servidores públicos, administradores imperiales y legisladores”, encarnando y resguardando “la sabiduría arcana del establecimiento” (Plumb, 7). Se esperaba que la cultura produjera y renovara lo que Matthew Arnold llamó “ese instrumento poderoso, pero actualmente de líneas estrechas: el hombre inglés moderno” (x). Hace un siglo, las universidades norteamericanas fueron

dominadas, a su vez, por la filosofía moral, el latín y el griego, en un intento por igualar y trascender ese instrumento.

La *Crítica del juicio* de Kant ideologizó estos desarrollos. Kant afirmó que la cultura aseguraba la “conformidad popular con las leyes sin necesidad de la ley”. La estética podía generar “preceptos morales prácticos”, educando al pueblo para que este trascendiera sus intereses particulares a través del desarrollo de un “sentido *público*, es decir, una facultad crítica que, en su actuar reflexivo, es consciente (*a priori*) del modo de representación [...] y sopesa su juicio con la razón colectiva de la humanidad” (*Critique*, 151). Los *Escritos políticos* de Kant previeron el “abandono de [...] una inmadurez auto-impuesta”, independiente de directrices religiosas, gubernamentales o comerciales, y animado por el deseo de liderar, no por el de consumir (Kant, *Metaphysics* 54; véase también Hunter, 590). Para Coleridge, las “cabezas fuentes” de la cultura estaban “protegiendo” las ciencias, “cultivando y engrandeciendo el conocimiento ya poseído [...] para llegar a ser ciudadanos” (46), mientras que Rousseau sostenía que “no es suficiente con decir a los ciudadanos: sean buenos; se les debe enseñar cómo serlo” (130).

El capitalismo decimonónico generó una división expansiva y especializada entre persona y trabajo, articulada al paso de la vida rural a la urbana, y al crecimiento de los imperios europeos. También los pensadores revolucionarios abordaron este asunto. Marx escribió que “es imposible crear un poder moral a partir de párrafos de ley”. También debía haber “leyes orgánicas que complementarían la Constitución” (27, 35). Gramsci (204) teorizó esta complementariedad como un “equilibrio” entre la ley constitucional (“sociedad política”, o una “dictadura u otro aparato coercitivo usado para controlar a las masas de acuerdo con un tipo dado de producción y de economía”) y la ley orgánica (“sociedad civil”, o la “hegemonía de un grupo social sobre toda una nación, ejercida a través de organizaciones supuestamente privadas como la Iglesia, los sindicatos, las escuelas, etc.”). Estas leyes orgánicas y sus manifestaciones textuales representan “la conciencia que cada época tiene de sí misma” (Althusser, 108); de ahí que las audiencias, los creadores, los gobiernos y las corporaciones realicen extraordinarias inversiones en cultura.

Actualmente, *política cultural* se refiere a los apoyos institucionales, a la producción y a la memoria estética. La política cultural acorta la distancia entre el arte y la vida cotidiana. Los gobiernos, los sindicatos comerciales, las universidades, los movimientos sociales, los grupos comunitarios, las fundaciones, las obras de caridad, las iglesias y las empresas asisten, financian, controlan, promueven, educan y evalúan la cultura. Esto es lo que ocurre cuando las cortes protegen la danza exótica como libertad de expresión; cuando los currículos exigen a los

alumnos estudiar ciertos textos arguyendo que son edificantes; cuando las comisiones fílmicas patrocinan guiones que reflejan la identidad nacional; cuando las ciudades trabajan de la mano de compañías para valorizar sus zonas céntricas; y cuando las fundaciones financian a las minorías con el ánimo de complementar las normas dominantes. Estos criterios se derivan de la doctrina legal, la educación cívica, las metas del turismo, la planeación urbana o los deseos filantrópicos.

Existe una lucha aparentemente interminable entre el enfoque consumista y el *dirigiste* de la política cultural. El enfoque consumista asegura que la cultura circula satisfactoriamente, basado en las dinámicas del precio: lo que tiene éxito comercialmente se encuentra *ipso facto* a tono con el gusto popular y constituye una asignación eficiente, efectiva y justa de los recursos. El enfoque *dirigiste* le contraponen la idea de que es necesario un mejoramiento cultural de la población, porque los mercados favorecen el placer por encima de la sofisticación, y porque el gusto popular es efímero. En otras palabras, los mercados no logran fomentar y mantener la función del arte en la definición y el desarrollo de valores humanos y formas de expresión universales. En el punto de encuentro de estos dos enfoques se produce un enfrentamiento acerca de si “vale más la pena observar un tiziano en una pared que mirar un partido de fútbol en la televisión” (Dworkin, 221-222, 225, 229-230, 232-233). Dado que la mayoría de las personas supuestamente prefieren lo último –una preferencia que se puede cuantificar a través de su disponibilidad para pagar– se considera condescendiente el hecho de obligarlas a subsidiar lo primero dentro de su carga de impuestos con el argumento de que el arte atemporal solo puede, de hecho, sobrevivir si se le exige al *poloi* admirarlo.

Los estudios de cultura política se iniciaron en la década de los 70 dentro de las ciencias sociales positivistas como una forma de resolver estos dilemas. Se desarrollaron a través de la Asociación de Economía Cultural; conferencias sobre economía, teoría social y artes; y evaluaciones de políticas y programas de gobierno en publicaciones como *Arts and Education Policy Review*, el *Journal of Arts Management, Law and Society*, el *International Journal of Cultural Policy*, *Poetics*, y el *Journal of Cultural Economics*, que investigaron las preferencias de las audiencias y el manejo técnico y ético de las artes. Entonces llegó un desafío desde la izquierda. Habermas problematizó la política cultural convencional así:

La política cultural tiene como tarea operar en dos frentes. Por un lado, logra desacreditar a los intelectuales del modernismo como una improductiva y ambiciosa clase social; en cuanto a los valores postmateriales se refiere, particularmente las necesidades expresivas de autorrealización y los juicios morales universalistas logran amenazar la consecución tanto de una eficiente sociedad laboral como de una esfera pública despolitizada. Por otro lado, la

moral convencional, el patriotismo, la religión burguesa y la cultura popular deben ser protegidos cuidadosamente para compensar los límites de la vida privada y para amortiguar las presiones de la acelerada modernización de una sociedad cada vez más competitiva. (11)

Pero Stuart Cunningham sugirió que aplicar estudios culturales a asuntos de política podría renovar ambas áreas. Los estudios culturales podrían trascender su tendencia a criticar sin producir cambios, alimentándose de la energía y la orientación de “una visión socialdemócrata de la ciudadanía, y de los entrenamientos necesarios para activarla y motivarla”. Tal “compromiso con lo político” evitaría “una política del *statu quo*” como la de las ciencias sociales convencionales, debido a la preocupación de los estudios culturales con el poder (*Framing*, 11).

Una nueva tendencia dentro de los estudios culturales había despegado. Ente las figuras claves estaban Tom O’Regan y Tony Bennett. Ellos, que trabajaban en medios de comunicación y en museos, respectivamente, utilizaron modelos *dirigiste* franceses de planeación urbana para designar localidades culturales y cosas semejantes. Sus métodos –estudios de archivo, investigación con encuestas, análisis de políticas y la teoría foucaultiana– enfatizaron el carácter fundacional del gobierno en la creación del individuo liberal (en otras palabras, una persona abierta a nuevas ideas, presentadas de manera racional y sopesada). En 1991, la Academia Australiana de Humanidades respondió a estos desarrollos introduciendo a sus venerables miembros a los estudios culturales, la política cultural, el feminismo y el multiculturalismo, integrando estas categorías como compañeras (Morris, 111-113, 116-117). En Latinoamérica, los acercamientos más influyentes a la política cultural se materializaron en el trabajo de Néstor García Canclini, mientras que se desarrollaban prácticas similares en Canadá (Robertson) y Gran Bretaña (Lewis). Pero estaba en juego más que una nueva tendencia en los estudios culturales. Se estaban produciendo cambios congruentes en la economía política.

En el último cuarto del siglo XX la producción económica en el Norte Global pasó de tener una base agrícola y manufacturera a tener una cultural. La población fue utilizada en trabajos en la música, el teatro, la animación, la grabación, la radio, la televisión, la arquitectura, el desarrollo de *software*, el diseño, la producción de juguetes y libros, el patrimonio, el turismo, la publicidad, la moda, la artesanía, la fotografía, el *performance*, la Internet, los juegos, los deportes y el cine. En el 2005, la Alianza Internacional para la Propiedad Intelectual estimó el valor de las industrias de derecho de autor (el término que utilizan para las industrias culturales) en 1,38 trillones de dólares en los Estados

Unidos. Este fue el 11,12 por ciento del crecimiento total del producto interno bruto y representa el 23,78 por ciento del crecimiento total de la economía. La cultura empleó a más de once millones de personas en todo el país, más del 8 por ciento de la fuerza de trabajo. En términos de ventas al extranjero, en el 2005 las exportaciones de música, *software*, cine, televisión e impresos fueron de 110,82 billones de dólares (Siwek).

Tales desarrollos llevaron de las apuestas de la cultura y la política por mantener unidas a las poblaciones, a las apuestas porque tuvieran alimentación y un techo. También prometieron una salida a la oposición entre albedrío y paternalismo, que se hizo inválida cuando los compromisos por construir ciudadanos se unieron a los compromisos por construir economías. Podríamos decir que un Arnold (Matthew) del siglo XIX avaló a un Arnold del siglo XX (Schwarzenegger) y viceversa.

La creatividad: la nueva derecha de los estudios culturales

Para sorpresa de nadie, los practicantes y estudiantes contemporáneos de la política cultural están fascinados con el economismo, especialmente con el enfoque de las industrias creativas de Richard Florida y sus acólitos de la nueva derecha de los estudios culturales. Florida habla de una clase creativa que, según él, está revitalizando las ciudades postindustriales de un Norte Global devastado por la reubicación de la agricultura y la manufactura en lugares donde los trabajadores son más baratos. El renacimiento de estas ciudades, dice Florida, es conducido por un elixir mágico de tolerancia, tecnología y talento, que se puede medir a través de hogares formados por parejas del mismo sexo, conexiones de banda ancha y mayores títulos académicos. Como un ejercicio performativo y, a la vez, rentable, Florida ha llegado a registrar la marca 3298801: es su número de registro para la clase creativa en la Oficina Norteamericana de Patentes y Marcas Registradas¹.

Los verdaderos creyentes dicen que la política cultural está pasada de moda porque las sociedades postindustrializadas han visto el florecimiento del sector creativo, por medio de la nueva tecnología y las pequeñas empresas. Las preocupaciones kantianas apenas si tienen vigencia, menos las gramscianas. La cultura, más que un mecanismo para mantener a las sociedades unidas, es central para el empleo. En palabras del teórico cultural supuestamente de izquierda y presidente del Banco Europeo para la Reconstrucción y el Desarrollo, Jacques Attali,

¹ Le agradezco a Bill Grantham por conducirme al Sistema de Búsqueda Electrónica de Marcas (<http://tess2.uspto.gov>).

se forma un nuevo orden mercantil cada vez que una clase creativa domina una innovación, bien sea en la navegación, bien en la contabilidad, o, en nuestro tiempo, cuando los servicios se producen masivamente de manera más eficiente, generando enormes riquezas. (31)

Se dice que esto da lugar a una “aristocracia del talento” (Kotkin, 22), a medida que se multiplican meritócratas mágicamente, quienes se deleitan con técnicas, tecnologías y redes siempre cambiantes.

A medida que recorren el globo promoviendo la industria terciaria en contra de la agricultura y la manufactura, los consultores de la industria creativa se convierten en celebridades de renombre, especuladores que evaden cuidadosamente tareas históricas presentadas por la izquierda. Propensos al *cybertarianismo*, estos cantarines del capitalismo digital y de lo sublime tecnológico salen en montón de su asiento en primera clase hacia la plataforma de embarque, descendiendo a saludar a ciudadanos ávidos de ser reinventados a expensas de lo público por profesores cuyos libros se encuentran en puestos de periódicos en los aeropuertos y no escondidos en estantes escolares (Gibson y Klocker). Si usted desea escuchar a Florida en su próxima convención, visite la página web del grupo de Clase Creativa². Para obtener una cita con Attali, Celebrity Speakers³ lo enlaza con el Global Speakers Bureau.

Los cantarines de las ciudades-creativas llegan a la pista de aterrizaje en tres grupos principales. Los richard-floridianos saltan de una limosina en el aeropuerto, andan por la ciudad en bicicletas, espionando a los amantes del ballet, amigos de los gays y de los *geeks* de múltiples culturas, que se han mudado a áreas urbanas desindustrializadas. Los creacionistas australianos critican los estudios de política cultural como residualmente socialistas y textuales. Y los burócratas de Bruselas les ofrecen planos a ciudades deseosas de mayor afluencia de gente y listas para ser reinventadas a través de la cultura y la tolerancia.

Muchas organizaciones están listas para recibir a estos viajeros del mundo. Mientras tanto, el Comité de Artes y Humanidades del Presidente de los Estados Unidos le da la bienvenida a la “economía creativa” como foco central de sus actividades, al señalar que

el Comité del Presidente, junto a otras entidades gubernamentales y al sector privado, enfoca su liderazgo en el poder de las artes y las humanidades como conductoras económicas, sosteniendo importantes recursos culturales y

2 Véase <<http://creativeclass.com>>.

3 Véase <<http://speakers.co.uk/csaWeb/speaker,JAQATT>>.

promoviendo inversiones cívicas en bienes e infraestructura culturales. Estos esfuerzos ayudan a acelerar la innovación, y a expandir mercados y consumidores, beneficiando directamente a las economías locales.⁴

Este enfoque promete una recepción pragmática de la diferencia cultural, la sustitución de importaciones, la orientación de las exportaciones, y la relevancia e influencia nacional y regional. Las entidades municipales, regionales, estatales, continentales y globales han respondido reemplazando sus viejas formas de financiación y las categorías administrativas de la cultura por el discurso de las industrias creativas. La Conferencia de Comercio y Desarrollo de las Naciones Unidas (UNCTAD es su sigla en inglés) decreta que “la creatividad, más que el trabajo y el capital, e incluso que las tecnologías tradicionales, se encuentra profundamente integrada al contexto cultural de todos los países” (UNCATD, 3). Hoy en día, lejos de buscar desestabilizar el capitalismo y el neocolonialismo a través de la cultura –como alguna vez se hizo– la UNCTAD y el Programa para el Desarrollo de las Naciones Unidas (UNDP es su sigla en inglés) sostienen que “la interfase entre la creatividad, la cultura, la economía y la tecnología, expresada en la habilidad para crear y hacer circular capital intelectual, tiene el potencial de generar ingresos, trabajos y ganancias por exportaciones, promoviendo, al mismo tiempo, la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano” (UNCATD y UNDP). La Alianza Global para la Diversidad Cultural de la Unesco (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) presenta las industrias creativas como un “wet dream” de términos que abarcan el sector cultural, y va más lejos, como una mala inversión político-intelectual en los procesos, tan valorados por el neoliberalismo. En el 2006, Ruanda convocó a una conferencia global sobre “economía creativa” para mercantilizar el mejoramiento social engendrado por la cultura. Brasil es anfitrión del Foro Internacional para las Industrias Creativas de la UNCTAD y el UNDP. Incluso el último respiro del venerable nehruvianismo en la India, la Comisión de Planeación, tiene un comité para las industrias creativas. China está yendo “de un enfoque viejo y dominado por el Estado en los estudios culturales [...] a una tendencia de las industrias creativas más orientada hacia el mercado” (UNCATD 7; véanse también Keane; Ramathan); y Singapur, Hong Kong, Japón y Corea del Sur siguen estrategias similares (Cunningham, “Trojan”).

El cambio se produce a nivel intelectual también. Esta nueva derecha de los estudios culturales hace parte de una interdisciplinariedad innovadora que com-

4 Véase <<http://www.pcah.gov/creative-economy>>.

bina la investigación con la inclusión social (Brint *et al.*). Los profesores que ya estaban interesados en la política cultural, por razones de nacionalismo cultural o por oposición a la cultura corporativa, esperan ser algo más que “la pequeña vendedora de cerillos, con su nariz presionada contra la ventana, viendo pasar la gran vida” (Cunningham, “Business”). Muchos han cambiado su discurso de construcción de nación por uno de protección de los derechos de autor, enfocándose en la competencia y las ventajas comparativas más que en el patrimonio y la estética.

Dicho de otra manera, el énfasis neoliberal en la creatividad ha superado al patrimonio cultural de vieja escuela. Cunningham, por ejemplo, ya no habla de mezclar ideales socialistas con reformismo. Su retórica favorece “una mejor concordancia entre el currículo y la profesión” por medio de “retos empresariales prácticos”, de tal manera que las “disciplinas no relacionadas con el mercado” generan mercados internos en competencia con otros mercados y forjan “una alianza con el sector empresarial” (“Creative”; “Humanities”; “Taking”).

Estos poderosos partidarios e instituciones se encuentran fascinados con la idea de la cultura como un recurso en permanente crecimiento, capaz de dinamizar sociedades. El Consejo de Investigación Australiano, que alguna vez apoyó una gran iniciativa de política cultural bajo el liderazgo de un Bennett gramsciano convertido en foucaultiano, ahora financia un Centro de Excelencia para las Industrias Creativas y la Innovación⁵, dirigido por Cunningham y, por algún tiempo, por el inconstante semiótico-romántico John Hartley, quien predica la economía evolucionista como una “ciencia cultural” (Véase <<http://cultural-science.org>>). Por el mismo camino, la Academia Australiana para las Humanidades pide que la “investigación en humanidades y en las artes creativas” esté exenta de impuestos, debido a su contribución a la investigación y al desarrollo, y que esté sujeta a los mismos análisis de “demanda de empleadores” que las profesiones y las ciencias (Cunningham, “Humanities”).

El Consejo Británico de Investigación de las Artes y las Humanidades (AHRC es su sigla en inglés) y el Fondo Nacional para la Ciencia, la Tecnología y las Artes dicen: “las artes y las humanidades tienen una afiliación particularmente fuerte con las industrias creativas”, y realizan investigaciones que “ayudan a alimentarlas” y a impulsar la innovación dentro de la economía (Bakhshi, Schneider y Walker, 1). La Academia Británica busca entender las “industrias creativas y culturales” y prosperar en ellas; e incluso el muy sobrio Consejo Nacional de Investigación de las Academias Nacionales de los Estados Unidos señala que

5 Véase <<http://cci.edu.au>>.

los medios de comunicación electrónicos estimulan el “desarrollo económico” (Mitchell, Inouye y Blumenthal, 1).

En otras palabras, el legado neoliberal de la creatividad ha superado el patrimonio cultural de vieja escuela. Las transformaciones económicas han cuestionado completamente la idea de la cultura como algo excluido de la industria; se considera que el acceso, comparativamente fácil y barato, que permiten la Internet y sus variedades a la producción y distribución de contenido ha desgastado una perspectiva limitada sobre la cultura que veía a una pequeña parte del mundo como productora y a la fracción más grande como consumidora. El resultado serían unos medios de comunicación democratizados, habilidades laborales más desarrolladas, consumidores con mayor soberanía, poderosos desafíos a viejos patrones de experticia y autoridad institucional, y regiones más habitables, sostenibles y placenteras, especialmente ciudades. La creatividad se distribuye, en lugar de ser centralizada, y se convierte tanto en un placer como en una responsabilidad de invertir en capital humano y asegurar una sociedad civil y un individuo sólidos.

Se parte de la premisa de que el talento individual del sector creativo está conquistando progresivamente el nivel masivo de las industrias culturales. Se trata de una especie de sueño marxista-godardiano, en donde las personas pescan, filman, fornican y se financian día y noche, a medida que la tecnología anula la geografía, la soberanía y la jerarquía en una alquimia de verdad y belleza. Un mundo individualizado y libre de regulaciones convierte a los consumidores en productores, libera a los discapacitados del confinamiento, fomenta nuevas subjetividades, recompensa el intelecto y la competitividad, une a personas de distintas culturas y permite que millones de flores broten en una cornucopia política. Se privilegia el consumo, se desprecia la producción y se olvida el trabajo (Dahlström y Hermelin; Ritzer y Jurgenson). Este discurso se sitúa declaradamente en contra del elitismo y a favor del populismo; en contra de la subvención y a favor de los mercados; en contra del servicio público y a favor de la filantropía, etcétera.

Un contra-discurso

Existe una paradoja en la base de este movimiento. Hace treinta años, Foucault identificó a los *think tanks*, por ejemplo, el American Enterprise Institute, como sirvientes intelectuales del neoliberalismo, determinando que estos voceros “permanentemente críticos a las políticas del gobierno” (247) en realidad buscaban una influencia *sobre* esas políticas. ¿Por qué? Porque los mercados eran la “interfase de gobierno e individuo” que privilegiaban (253). El neoliberalismo

governó a las poblaciones por medio de imperativos de mercado, invocándolas e instruyéndolas como actores liberales, racionales, en espera de que su creatividad interior fuera liberada. Se distorsionó completamente lo que era el consumo: todas las personas eran creativas, nadie era simplemente un espectador, y todos estábamos manufacturando placer mientras presenciábamos actividades que habíamos pagado por ver. Dividida internamente –pero felizmente dividida–, cada persona era “un consumidor, por un lado, pero [...] también un productor” (Foucault, 226). Podemos ver este dualismo en acción en el modo *dirigiste* de planeación urbana mencionado anteriormente, que buscaba hacer el bien por medio de la acumulación (Stevenson).

Para sorpresa de nadie, no todos aceptan ecuanímente el modo entusiasta con que los cantarines de las industrias creativas acogen una cultura capitalista tecnocargada. Y la política cultural tiene un linaje radical, así como uno reaccionario. Por ejemplo, durante los 70 la Unesco buscó una transformación fundamental del intercambio cultural internacional, que partiera de los estados postcoloniales que deshacían sus relaciones de dependencia con el Norte Global. Este vibrante deseo, que estimuló a varios países y movimientos sociales, se apagó a mediados de los 80 cuando Inglaterra y los Estados Unidos se retiraron de la Unesco, paralizando su financiación y su legitimidad (Gerbner, Mowlana y Nordenstreng). Algo similar ocurrió cuando la organización reconoció a Palestina en el 2011. De nuevo, los Estados Unidos iniciaron una violencia simbólica, negándose a hacer sus pagos luego de perder un voto crucial en el asunto⁶.

Más allá de estas preocupaciones ideológicas, el discurso de las industrias creativas es cuestionable desde sus propios términos. Hay muy pocas pruebas de que exista una clase creativa, o de que las “ciudades creativas” sobresalgan entre sus insípidos hermanos al seguir transformaciones económicas, pasando “de la moneda oxidada de las ‘industrias creativas’ a las recién acuñadas ‘industrias creativas’” (Ross, 1). Ciertamente, las compañías buscan habilidades laborales cuando deciden en dónde ubicar sus empresas; pero las habilidades laborales también buscan trabajo. Los centros urbanos generalmente atraen trabajadores jóvenes que aún no se reproducen. Y la cultura gay ocupa un lugar central en el cálculo floridiano porque se asume que todos los hogares de parejas del mismo sexo son *queer*. Incluso si esto fuera cierto, muchas ciudades exitosas en los Estados Unidos son muy conservadores (considérese Orlando o Phoenix). La definición de urbanismo en las estadísticas estadounidenses incluye a los suburbios (que

6 Véase <<http://translations.state.gov/st/english/texttrans/2011/10/20111031170111su0.1734082.html>>.

ahora albergan más residentes que las ciudades) y esto, también, es sospechoso en términos de la importancia que tienen los *lofts* del centro de las ciudades para las economías. No existe evidencia de una superposición de gustos, valores, arreglos de vivienda y locaciones entre los artistas, por un lado, y los contadores, por el otro, a pesar de que se los incluya juntos en el concepto creativo; así como no es amable asumir que en otros países se replica la vasta movilidad interna de la población estadounidense. Finalmente, otras investigaciones desestiman el argumento de que la calidad de vida es algo central para seleccionar los campus de las empresas, por encima de los bajos costos, una buena tecnología de comunicaciones, la proximidad a los mercados y unos sistemas de transporte adecuados. Una comisión europea para la evaluación de veintinueve ciudades de cultura reveló que su principal objetivo –un crecimiento económico estimulado por la subvención pública de la cultura, con el objetivo de renovar ciudades fracasadas– se había frustrado. Glasgow, por ejemplo, se tenía inicialmente como uno de los éxitos del programa; sin embargo, a pesar de años de retórica, no ha tenido un crecimiento sustancial (Alanen; Nathan). Cualquiera que haya pasado un tiempo en México D. F.⁷ o en el centro de Los Ángeles⁸, en donde he vivido este último año, puede dar cuenta de los horrores del *ethos* de la creatividad, que contrabandea privilegios de clase media a través de las costumbres, y excluye a los que no tienen hogar y a los desposeídos en nombre de la renovación.

La pregunta por la justicia social y la democracia redistributiva flota en la retórica altamente creativa de la nueva derecha (Pratt). *Kultur Macht Europa* publicó una extraordinaria declaración, luego de su cuarto Congreso Federal de Política Cultural en el 2007, acerca de la necesidad de garantizar que la infraestructura artística se evalúe teniendo en cuenta la textualidad diversa y profunda. Vemos preocupaciones similares en la Jodhpur Initiative for Promoting Cultural Industries in the Asia-Pacific Region, adoptada por veintiocho países en el 2005 como el Jodhpur Consensus, y en la Euromayday Network⁹. Y muchos académicos y activistas, como George Yúdice en Miami y San José, y Kate Oakley y David Bell en Leeds, siguen comprometidos con una política cultural progresista¹⁰. Ellos trabajan fuertemente, lidiando con las hondas y las flechas de una

7 Para ver cómo es promocionada, consúltese la página <http://mim.promexico.gob.mx/wb/mim/ind_perfil_del_sector>.

8 Para ver cómo es criticada, consúltese la página <<http://www.laane.org/about-us/what-we-do>> para ver cómo se lo critica>.

9 Véanse *Jodhpur Initiatives. Asia-Pacific Creative Communities* <<http://euromayday.org>>.

10 De George Yúdice, véanse su libro *El recurso de la cultura* y su trabajo conjunto con Toby Miller *Cultural Policy*. De Kate Oakley, su artículo “Include us Out – Economic Development

ultra-izquierda cómodamente pura, por involucrarse con el comercio y el Estado, y enviando algunas de las suyas en contra de aquellos que acogen esos vínculos sin problemas. Queda por ver si la política cultural se organizará conforme al neokantianismo, acaparando beneficios, o de acuerdo con la política progresista.

El desecho cultural

En cualquier caso, antes de que haya una historia para ser contada, un mensaje para influir, un consumidor por comprar, o una ciudad renovada para que se propaguen los usos individuales y colectivos de la cultura, debe haber un medio físico. Los libros, las revistas, el dinero y otros medios impresos dependen de la fabricación de papel y de la impresión. Los radios, los televisores, los computadores, los celulares, los caballetes, los cuadros, las esculturas, los instrumentos y los reproductores de música llegan a nuestras casas, oficinas y estudios con piezas que han sido ensambladas y empacadas a partir de materiales excavados y manufacturados. En resumen, aparte de las inmediaciones de los edificios, los salones de clase, los hogares, los metros, los carros y los campus en donde las personas participan de la cultura, sus cimientos físicos son maquinaria creada y operada a través del trabajo, y tienen un impacto en la tierra. Este es el muy sucio y muy viejo secreto de la política cultural. Para desenmarañarlo se necesita de la reflexión filosófica, así como del método de las ciencias sociales.

Consideren a un compañero de cuarto inusual para Habermas –Heidegger– o, por lo menos, su famosa paradoja del guardabosques, un hombre que participa de la destrucción del medio ambiente que le da sentido a su vida para suministrarle un recurso clave a la cultura burguesa, la cual, a su vez, utiliza este recurso para darle forma a sus opiniones:

El guardabosques que mide la madera derribada en el bosque y que parece recorrer los caminos forestales de la misma manera en que lo hizo su abuelo hoy está dispuesto por la industria que comercia madera, independientemente de que él lo sepa o no. Está subordinado a la ordenabilidad de celulosa, que, a su vez, es ocasionada por la necesidad del papel que luego es entregado a los periódicos y las revistas ilustradas. Estos últimos, por su parte, establecen una opinión pública que se traga lo que está impreso, de tal manera que se hace disponible una configuración de opinión implantada. (Heidegger, 299)

and Social Policy in the Creative Industries”. Y de David Bell, “Fade to Grey: Some Reflections on Policy and Mundanity”.

A medida que el trabajo del guardabosques es subsumido en la moderna producción de pulpa y papel, la mano de obra y el medio ambiente se desarticulan más el uno del otro. Las fábricas de papel y las imprentas son celebradas como revolucionarias, y los periódicos, las revistas, los libros y el papel fino se convierten en signos del progreso y la vida intelectual. No se menciona su rol o los efectos que tienen en el medio ambiente. Porque en esta nueva y audaz forma actual de política cultural el trabajo solo es reconocido cuando es abstraído del trabajo físico, sucio (Mattelart). La presunción imperante es que las industrias creativas, especialmente los medios de comunicación más recientes, ofrecen un capitalismo limpio y post-industrial. Este mito ha sido continuamente reforzado por la “naturaleza virtual de la mayor parte del contenido de la industria”, que “tiende a ocultar su responsabilidad en la vasta proliferación de *hardware*, todo con altos niveles de obsolescencia enquistada y niveles decrecientes de eficiencia” (Boyce y Lewis, 5).

Producir y distribuir cultura implica consumir, saquear y desperdiciar recursos naturales, y explotar vidas humanas a una velocidad creciente. Las tecnologías de los medios de comunicación contienen sustancias tóxicas que impregnan los lugares y ambientes en donde son manufacturadas, utilizadas y arrojadas, de lo que resulta el envenenamiento de humanos, animales, vegetación, tierra, aire y agua. Los rápidos ciclos de innovación y obsolescencia planeada aceleran tanto la emergencia de nuevos *hardware* electrónicos, como la acumulación de formas obsoletas que pronto se transforman en basura. En efecto, los aparatos digitales de hoy en día están hechos para romperse o volverse poco atractivos rápidamente. Esta obsolescencia planeada refuerza el consumismo y estimula una ideología de crecimiento según la cual es necesaria la innovación tecnológica. La inmediatez y la interactividad ocasionan una ignorancia en el consumo de efectos intergeneracionales, incluyendo daños a largo plazo para los trabajadores y el medio ambiente. Los residuos de la cultura son las corrientes de agua envenenada, los trabajadores enfermos y los hábitats tóxicos. Las ciudades se enferman a causa de la cultura y la “creatividad”.

En el 2007, la combinación de producción y tecnologías culturales representó el 3 por ciento de todos los gases de invernadero emitidos en el mundo. Anualmente se generan entre veinte y cincuenta millones de toneladas de desperdicios electrónicos (*e-waste*), la mayor parte proveniente de celulares, televisores y computadores que personas adineradas botan regularmente para comprar reemplazos. El *e-waste* se ha producido históricamente en Australasia, Europa occidental, Japón, Canadá y los Estados Unidos, y es arrojado en Latinoamérica, Europa oriental, África y Asia en la forma de miles de materiales diferentes,

muchas veces letales, por cada computador. Hoy en día, por supuesto, India y China generan cada vez más su propio *debris* cultural. Gracias a los esfuerzos combinados de estas naciones creativas, el *e-waste* se ha convertido en el área de trabajo de mayor crecimiento de los organismos de limpieza municipales alrededor del mundo (Herat; Malmudin *et al.*; Robinson).

La acumulación de *hardware* electrónico ha generado graves preocupaciones en torno a la salud y el medio ambiente, debido a la composición química y material de estos recursos, y a su potencial filtración en rellenos sanitarios, fuentes de agua y los cuerpos de los trabajadores. Las áreas de trabajo para la recuperación de *e-waste* tienen grandes implicaciones en la salud y la seguridad humanas, cada vez que se queman cables y plásticos, y se lixivian tarjetas de circuitos con ácidos, o se las cocina y se las tira en corrientes de agua para minimizar el volumen de los desperdicios y recuperar artículos valiosos. Esto tiene consecuencias horribles tanto para la tierra y el agua locales, y de río abajo, como para sus residentes. Quizás el 1 por ciento de las personas en el Sur Global viven actualmente como recicladores, reutilizando el desecho de computadores, impresoras, celulares y aparatos similares. Estos recicladores suman cerca de quince millones de personas alrededor del mundo, que usualmente viven y trabajan en ciudades con políticas culturales diseñadas para atraer tecnología y producción de medios de comunicación –para no mencionar a la “clase creativa”–, que envenenan la tierra, el aire, el agua y los cuerpos. Muchos recicladores son preadolescentes chinos y nigerianos, y niñas hindús que seleccionan, sin protección, entre computadores y televisores desechados, para encontrar metales preciosos y botar el resto en rellenos sanitarios. Los metales son vendidos a recicladores, quienes no utilizan mano de obra ni rellenos sanitarios en el Norte Global debido a la legislación medioambiental e industrial que existe en contra de la destrucción de la tierra, del agua y de los trabajadores, causada por las docenas de gases y químicos venenosos contenidos en estas peligrosas máquinas¹¹.

Consideren un campo ambiental muy cercano a la mayoría de las políticas culturales: el cine y los dramas para televisión. En el 2004, los dueños de los medios de comunicación se ubicaron en las posiciones 1, 3, 16 y 22 en el *Misfortune 100: Top Corporate Air Polluters in the United States* del Instituto de Investigación de Economía Política (PERI es su sigla en inglés). ¿Cómo es posible que ocurra esto, teniendo en cuenta la aparición de los premios de la

11 Basel Action Network; Basel Action Network y Silicon Valley Toxics Coalition; Maxwell y Miller; Osibanjo y Nnorom; Ray *et al.*; Tong y Wang; Wong *et al.* Agradezco a Rick Maxwell; muchas de sus ideas alimentan esta sección.

Environmental Media Association, la cumbre Hollywood Goes Green del 2007, y la manera en que *Hollywood Today* se jacta de los regalos verdes de los actores: camisolas “inspiradas en lo *vintage*” y joyas recicladas (Pantera; Ventre)?

MSNBC.com reconoce que, a pesar de que “el Prius siga reinando como símbolo de estatus” en Hollywood, “los camiones que mueven equipos entre los estudios y las locaciones continúan emitiendo gases desde motores que trabajan con diésel, igual que los generadores de energía en el set” (Pantera; Ventre). Las investigaciones acerca del impacto ambiental de Hollywood han revelado un uso masivo de electricidad y petróleo, y la liberación anual de cientos de miles de toneladas de emisiones letales. De hecho, la industria del cine es la mayor productora de contaminantes convencionales en Los Ángeles. En términos municipales y estatales, los niveles de consumo de energía y de emisiones de gases de efecto invernadero relacionados con el cine se acercan a los de las industrias aeroespaciales y de semiconductores. Los consumidores de películas son también grandes productores de contaminantes provenientes de las emisiones vehiculares, los derrames químicos de carros estacionados, y la energía para mantener encendidos los aparatos de entretenimiento en los hogares (Corbett y Turco).

¿Es este el audaz nuevo mundo de una economía urbana, guiada por la creatividad, ejemplificada en una ciudad como Los Ángeles que está obsesionada hasta la médula con la cultura? ¿Cómo podemos criticar y pelear en contra de esta fantasía urbana, de una manera que empodere y provea de conocimiento a los guardabosques, a sus equivalentes y al público? Por medio de una política cultural que rastree de comienzo a fin la materialidad del signo, a lo largo de la cadena de recursos que lo produce, nos lo trae y luego dispone de él.

Un número creciente de artistas están criticando las celebraciones apolíticas de la tecnología. Consideren el modo en que el arte povera utiliza materiales encontrados para protestar contra el consumo errado y arrogante, llamando la atención sobre el *e-waste*, el reciclaje y los recicladores; o a artistas urbanos como Jessica Millman, Miguel Rivera, Alexdromeda, Sudhu Tewari, Natalie Jeremijenko, Nome Edonna, Chris Jordan, Erik Otto y Jane Kim. Yona Friedman y Jorge Crowe se enfocan en la reutilización artística más que en la originalidad, mientras que Julie Bargmann y Stacy Levy emprenden limpiezas creativas. Urbanscreens.org, de Amsterdam, y Electronica, de Linz, utilizan carteleras electrónicas para fomentar la ciudadanía activa. El arte ambiental puede comprender tanto los trabajos que representan directamente el medio ambiente –los ejemplos incluirían la *Serie de Londres* de Monet o las *Nubes* de Constable– como los trabajos no-representacionales y performativos, por ejemplo *A Line Made by Walking*, de Richard Long, *Skyspace*,

de James Turrell, o *The Weather Project*, de Olafur Eliasson. Todos ellos asumen que la naturaleza es ocupada y moldeada por la humanidad, y viceversa. Este tipo de productores culturales nos regresan a aquello que animaba inicialmente a la cultura –en su forma más ilustrada– mientras buscamos políticas urbanas progresivas.

Obras citadas

- Adorno, Theodor. “Kultur and Culture”. *Social Text* 99 (2009): 145-158.
- Alanen, A. “What’s Wrong with the Concept of Creative Industries?”.
Framework: The Finnish Art Review 6 (2007).
- Althusser, Louis. *For Marx*. Harmondsworth: Penguin, 1969.
- Arnold, Matthew. *Essays in Criticism*. 3.º ed. Londres: Macmillan, 1875.
- Attali, Jacques. “This Is Not America’s Final Crisis”. *New Perspectives Quarterly* 25.2 (2008): 31-33.
- Ayers, E. L. “Where the Humanities Are”. *Daedalus* 138.1 (2009): 24-34.
- Bakhshi, H., P. Schneider y C. Walker. *Arts and Humanities Research and Innovation*. Londres: Arts & Humanities Research Council; National Endowment for Science, Technology & the Arts, 2008.
- Basel Action Network. *7PEPA as a Step in Japan’s Greater Plan to Liberalize Hazardous Waste Trade in Asia*. Seattle: Basel Action Network, 2006.
- Basel Action Network y Silicon Valley Toxics Coalition. *Exporting Harm: The High-Tech Trashing of Asia*. Seattle: Basel Action Network, 2002.
- Bell, Daniel. “Fade to Grey: Some Reflections on Policy and Mundanity”.
Environment and Planning A 39.3 (2007): 541-554.
- Bennett, Tony. *The Birth of the Museum: History, Theory, and Politics*. Londres: Routledge, 1995.
- Boyce, T. y J. Lewis (eds.). *Climate Change and the Media*. Nueva York: Peter Lang, 2009.
- Briggs, A. y Peter Burke. *A Social History of the Media: From Gutenberg to the Internet*. Cambridge: Polity Press, 2003.
- Brint, S. G., et al. “Expanding the Social Frame of Knowledge: Interdisciplinary, Degree-Granting Fields in American Colleges and Universities, 1975-2000”. *Review of Higher Education* 32.2 (2009): 155-183.
- British Academy. “*That Full Complement of Riches*”: *The Contributions of the Arts, Humanities and Social Sciences to the Nation’s Wealth*. En: <http://www.britac.ac.uk/policy/full-complement-riches.cfm> (05/08/2004).
- Coleridge, Samuel Taylor. *On the Constitution of Church and State According to the Idea of Each. II: Lay Sermons*. H. N. Coleridge (coord.). Londres: William Pickering, 1839.

- Corbett, C. J. y R. P. Turco. *Sustainability in the Motion Picture Industry*. Los Angeles: University of California, Institute of the Environment. En: <http://www.environment.ucla.edu/ccep/research/article.asp?parentid=753> (15/08/2006).
- Cunningham, S. "Business Needs Crash Course in Appreciation". *Australian Financial Review* 36 (2006).
- "Creative Industries as a Globally Contestable Policy Field". *Chinese Journal of Communication* 2.1 (2009): 13-24.
- Framing Culture: Criticism and Policy in Australia*. Sydney: Allen & Unwin, 1992.
- "Oh, the Humanities! Australia's Innovation System out of Kilter". *Australian Universities Review* 49.1-2 (2007): 28-30.
- "Taking Arts into the Digital Era". *Courier Mail*. En: <http://www.onlineopinion.com.au/view.asp?article=6031> (15/08/2006).
- "Trojan Horse or Rorschach blot? Creative Industries Discourse Around the World". *International Journal of Cultural Policy* 15.4 (2009): 375-386.
- Dahlström, M. y B. Hermelin. "Creative Industries, Spatiality and Flexibility: The Example of Film Production". *Norsk Geografisk Tidsskrift-Norwegian Journal of Geography* 61.3 (2007): 111-121.
- Dworkin, R. *A Matter of Principle*. Cambridge: Harvard University Press, 1985.
- Florida, R. *The Rise of the Creative Class and How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life*. Nueva York: Basic Books, 2002.
- Foucault, Michel. *The Birth of Biopolitics: Lectures at the Collège de France, 1978-1979*. M. Senellart (coord.). Houndmills: Palgrave Macmillan, 2008.
- García Canclini, Néstor. *Consumers and Citizens: Globalization and Multicultural Conflicts*. Minneapolis: University of Minnesota Press, 2001.
- Gerbner, G., H. Mowlana y K. Nordenstreng (coords.). *The Global Media Debate: Its Rise and Fall*. Norwood: Ablex, 1994.
- Gibson, C. y N. Klocker. "Academic Publishing as 'Creative' Industry, and Recent Discourses of 'Creative Economies': Some Critical Reflections". *Area* 36.4 (2004): 423-434.
- Gramsci, Antonio. *Selections from the Prison Notebooks*. Q. Hoare y G. Nowell-Smith (trads. y coords.). Nueva York: International Publishers, 1971.
- Habermas, Jürgen. "The New Obscurity: The Crisis of the Welfare State and the Exhaustion of Utopian Energies". *Philosophy & Social Criticism* 11.2 (1986): 1-18.
- Heidegger, Martin. *Basic Writings from Being and Time (1927) to The Task of Thinking (1964)*. D. F. Krell (coord.). Nueva York: Harper & Row, 1977.
- Herat, S. "Review: Sustainable Management of Electronic Waste (e-waste)". *Clean* 35.4 (2007): 305-310.
- Hunter, I. "Critical Response II: Talking About my Generation".

- Critical Inquiry* 34.3 (2008): 583-600.
- Jodhpur Initiatives. *Asia-Pacific Creative Communities: A Strategy for the 21st Century*. Bangkok: Unesco, 2005.
- Kant, Immanuel. *Critique of Judgment*. Nueva York: Hackett Publishing, 1987.
- Metaphysics of Morals*. R. Guess (coord.). Cambridge: Cambridge University Press, 1991.
- Keane, M. “From Made in China to Created in China”. *International Journal of Cultural Studies* 9.3 (2006): 285-296.
- Kotkin, J. *The New Geography: How the Digital Revolution is Reshaping the American Landscape*. Nueva York: Random House, 2001.
- Kultur Macht Europa*. “Culture Powers Europe”. En: <http://www.kultur-macht-europa.eu/kongress.html?L=1> (15/04/2007).
- Lewis, J. *Art, Culture, and Enterprise: The Politics of Art and the Cultural Industries*. Londres: Routledge, 1991.
- Malmodin, J., et al. “Greenhouse Gas Emissions and Operational Electricity Use in the ICT and Entertainment & Media Sectors”. *Journal of Industrial Ecology* 14.5 (2010): 770-790.
- Marx, Karl. *The Eighteenth Brumaire of Louis Bonaparte*. Pekín: Foreign Language Press, 1978.
- Mattelart, Armand. “An Archaeology of the Global Era: Constructing a Belief”. *Media Culture & Society* 24.5 (2002): 591-612.
- Maxwell, Richard y Toby Miller. *Greening the Media*. Nueva York: Oxford University Press, 2012.
- Miller, Toby y George Yúdice. *Cultural Policy*. Londres: Sage, 2002.
- Mitchell, W. J., A. S. Inouye y M. S. Blumenthal. *Beyond Productivity: Information Technology, Innovation, and Creativity*. Washington D. C.: National Research Council, 2003.
- Morris, M. “Humanities for Taxpayers: Some Problems”. *New Literary History* 36.1 (2005): 111-129.
- Mowlana, H. “The Renewal of the Global Media Debate: Implications for the Relationship between the West and the Islamic World”. *Islam and the West in the Mass Media: Fragmented Images in a Globalizing World*. K. Hafez (coord.). Cresskill: Hampton Press, 2000, 105-118.
- Nathan, M. *The Wrong Stuff: Creative Class Theory, Diversity and City Performance*. Centre for Cities; Institute for Public Policy Research. Documento de debate n.º 1, septiembre de 2005.
- Newcomb, H. “Other People’s Fictions: Cultural Appropriation, Cultural Integrity, and International Media Strategies”. *Mass Media and Free*

- Trade: NAFTA and the Cultural Industries*. E. G. McAnany y K. T. Wilkinson (coords.). Austin: University of Texas Press, 1996, 92-109.
- O'Regan, T. *Australian National Cinema*. Londres: Routledge, 1996.
- Oakley, K. "Include us Out—Economic Development and Social Policy in the Creative Industries". *Cultural Trends* 15.4 (2006): 255-273.
- Osibanjo, O. y I. C. Nnorom. "The Challenge of Electronic Waste (e-waste) Management in Developing Countries". *Waste Management & Research* 25.6 (2007): 489-501.
- Pantera, G. "Hollywood Goes Green". *Hollywoodtoday.net*. En: <http://www.hollywoodtoday.net/2009/05/06/hollywood-goes-green> (06/05/2009).
- Plumb, J. H. Introduction. *Crisis in the Humanities*. J. H. Plumb (coord.). Harmondsworth: Penguin, 1964, 7-10.
- Political Economy Research Institute (PERI). *The Misfortune 100: Top Corporate Air Polluters in the United States*. Amherst: University of Massachusetts Press, 2004.
- Pratt, A. C. "The Cultural Contradictions of the Creative City". *City, Culture and Society* 2.3 (2011): 23-30.
- Ramanathan, S. "The Creativity Mantra". *The Hindu*. En: <http://www.hindu.com/mag/2006/10/29/stories/2006102900290700.htm> (29/10/2006).
- Ray, M. R., et al. "Respiratory and General Health Impairments of Raggpickers in India: A Study in Delhi". *International Archives of Occupational and Environmental Health* 77.8 (2004): 595-598.
- Ritzer, G. y N. Jurgenson. "Production, Consumption, Prosumption: The Nature of Capitalism in the Age of the Digital 'Prosumer'". *Journal of Consumer Culture* 10.1 (2010): 13-36.
- Robertson, C. *Policy Matters: Administrations of Art and Culture*. Toronto: YYZBOOKS, 2006.
- Robinson, B. H. "E-waste: An Assessment of Global Production and Environmental Impacts". *Science of the Total Environment* 408.2 (2009): 183-191.
- Ross, A. "Nice Work If You Can Get It: The Mercurial Career of Creative Industries Policy". *Work Organisation, Labour & Globalisation* 1.1 (2006-2007): 1-19.
- Rousseau, J. *A Discourse on Political Economy*. 1755. En: <http://www.constitution.org/jjr/polecon.htm> (15/09/2009).
- Schelling, F. E. "New Humanities for Old". *Classical Weekly* 7.23 (1914): 179-184.
- Siwek, S. E. *Copyright Industries in the U.S. Economy*. International Intellectual Property Alliance, 2006.
- Smith, S. *The Works of the Rev. Sydney Smith*. Philadelphia: Carey and Hart, 1844.
- Stevenson, D. "'Civic gold' Rush: Cultural Planning and the Politics of the Third Way". *International Journal of Cultural Policy* 10.1 (2004): 119-131.

- Tong, X. y J. Wang. "Transnational Flows of E-Waste and Spatial Patterns of Recycling in China". *Eurasian Geography and Economics* 45.8 (2004): 608-621.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD). *Creative Industries and Development*. 17.º sesión. São Paulo. TD(XI)/BP/13. 2004.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) y United Nations Development Program (UNDP). *Creative Economy Report 2008: The Challenge of Assessing the Creative Economy: Towards Informed Policy-Making*. En: <<http://www.unctad.org/templates/webflyer.asp?docid=9750&intItemID=2068&clang=1>.
- United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization (Unesco). *Culture and Unesco*. París: Unesco, 2002.
- Ventre, M. "It's Not Easy Being Green, Hollywood Discovers". MSNBC.com. En: http://msnbc.msn.com/id/24256817/ns/business-going_green.
- Weber, S. "The Future of the Humanities: Experimenting". *Culture Machine* 2. En: <http://www.culturemachine.net/index.php/cm/article/view/311/296> (17/09/2006).
- Wong, C. S. C., *et al.* "Trace Metal Contamination of Sediments in an E-Waste Processing Village". *China. Environmental Pollution* 145.2 (2007): 434-442.
- Yúdice, Goerge. *El recurso de la cultura. Usos de la cultura en la era global*. Barcelona: Gedisa, 2002.