

KULTURSISTEMA

Matriz para el mapeado, interpretación y análisis
de los ecosistemas culturales y creativos

Ricardo Antón Troyas y Roberto Gómez de la Iglesia

edición revisada
y ampliada
marzo 2020

2

¿QUÉ ES KULTURSISTEMA?

KULTURSISTEMA propone una matriz (o conjunto de matrices) de categorización para el mapeado, interpretación y análisis de los ecosistemas culturales y creativos. Pretende reflejar su diversidad en cuanto a sectores y subsectores, eslabones de la cadena de valor, tipología de agentes que intervienen en este ámbito, así como las características de los impactos y retornos fundamentales.

El objetivo de KULTURSISTEMA es favorecer un acercamiento lo más rico y actualizado posible a los ecosistemas culturales y creativos, incluyendo agentes y prácticas nuevas, o que emergen del cruce de tipologías preexistentes, y que difícilmente encajan en los marcos de análisis convencionales. Un acercamiento que además señala el carácter dinámico y cambiante de los sectores culturales y creativos, tanto por se como fruto de la multiplicidad de relaciones con otras disciplinas y ámbitos de actividad, así como de la influencia de los cambios tecnológicos, de los marcos institucionales de referencia o de los valores sociales.

KULTURSISTEMA es una herramienta eficaz para el autodiagnóstico de las organizaciones y profesionales del sector, ya que les ayuda a definir cuáles son sus campos de actuación prioritaria y contrastar la realidad con el ámbito de actividad deseado. También tiene la vocación de ser un instrumento para ayudar a orientar las políticas culturales y/o ligadas al desarrollo de la creatividad en un territorio concreto, pudiendo conocer mejor el entorno de actuación y decidir el enfoque de la acción pública.

En definitiva, KULTURSISTEMA resulta útil como elemento de referencia en el trabajo de responsables políticos, equipos de organizaciones culturales, consultores especializados en el sector y *policy makers*. KULTURSISTEMA ayuda a definir el rol de los distintos agentes en el ecosistema del que forman parte.

Las herramientas de interpretación que ofrece KULTURSISTEMA son coincidentes en muchos aspectos con categorizaciones usuales en el sector cultural, como la de círculos concéntricos propuesta por David Throsby o la clasificación de la UNCTAD, pero ampliadas por el equipo redactor del informe y contrastadas a su vez con otras categorizaciones (Agenda21 de la Cultura, CNAE, DCMS del Gobierno del Reino Unido, Consejo de la Cultura de Chile, etc.), así como con la categorización previa elaborada por el propio Gobierno Vasco en el marco de "La cultura, la creación y la creatividad aplicada, como Territorio de oportunidad de la Estrategia de Especialización Inteligente de Euskadi RIS3".

Aunque KULTURSISTEMA ha surgido en el marco territorial de Euskadi, respondiendo a algunas de sus coyunturas y especificidades, se ha tratado de que sea un instrumento en gran medida extrapolable a otros lugares, haciéndose siempre necesario un trabajo de adaptación y contextualización.

¡ESPERAMOS QUE OS RESULTE ÚTIL!

COMPOSICIÓN DE KULTURSYSTEMA

1
TIPOLOGÍA DE AGENTES
05-09

2
SECTORES Y SUBSECTORES
CULTURALES Y CREATIVOS
11-19

3
CADENA DE VALOR
21-25

4
IMPACTOS Y RETORNOS
27-31

5
CRUCES Y COMBINACIONES
33-39

6
BIBLIOGRAFÍA
DE REFERENCIA
41-43

1

TIPOLOGÍA DE AGENTES



El análisis de un ecosistema cultural o creativo requiere de la identificación del mayor número posible de agentes, tengan mayor o menor vocación de intervenir en el mismo.

KULTURSISTEMA propone una clasificación de personas o grupos con distintos objetivos, con distintas naturalezas jurídicas, modelos organizativos, dimensiones o tipos de actividad.

Respecto a su fin principal, clasificamos a los agentes en tres ámbitos de actuación que, aún poniendo énfasis en uno de ellos, en ocasiones pueden solaparse o interseccionar:

- **Ámbito estructural**
Espacios y plataformas (físicas y virtuales) de creación, producción, exhibición, distribución, conservación y comercialización.
- **Ámbito de impulso**
Agentes de regulación, fomento e impulso de los sectores culturales y creativos.

- **Ámbito creativo**
Agentes de acción directa en cualquier subsector o eslabón de la cadena de valor cultural o creativa.

Además, estos agentes pueden pertenecer al sector público, al sector privado-comercial, al sector social o a un emergente cuarto sector compuesto por organizaciones híbridas que surgen en la intersección y en el espacio intermedio de los sectores tradicionales.

KULTURSISTEMA sugiere esta doble clasificación de forma no dogmática entendiendo que, en los actuales ecosistemas culturales y creativos, las tipologías van más allá del corporativismo clásico o de las tradicionales dicotomías público-privado o comercial-social. Cada vez se da una mayor diversidad de agentes, en cuanto a propósitos, modelos organizativos o sistemas de financiación. En muchas ocasiones, desde distintas tipologías, se comparten objetivos, estrategias y proyectos.

ÁMBITOS DE ACTUACIÓN



Ámbito estructural

Espacios y plataformas (físicas y virtuales) de creación, producción, exhibición, distribución, conservación y comercialización.

- Archivos
- Bibliotecas
- Centros culturales
- Centros de producción
- Centros formativos especializados
- Cines
- *Co-workings*
- Espacios polivalentes
- Estudios y talleres
- Fábricas de creación
- Galerías de arte
- Librerías
- *Maker spaces* y *Hacklabs*
- Museos
- Parques temáticos y de ocio
- Repositorios y canales de contenidos digitales
- Salas de conciertos
- Salas de subastas
- Teatros
- ...



Ámbito de impulso

Agentes de regulación, fomento e impulso de los sectores culturales y creativos.

- **Administraciones públicas** (departamentos, organismos autónomos y entidades públicas empresariales) **y organismos privados**, con competencias e intereses directos o indirectos en la regulación, fomento y/o impulso de la cultura, la creación y la creatividad en diversos ámbitos y niveles.
- **Entidades de representación colectiva:** Asociaciones empresariales / Clusters sectoriales / Federaciones asociativas / Organizaciones sindicales / Sociedades de gestión de derechos de propiedad intelectual e industrial / ...

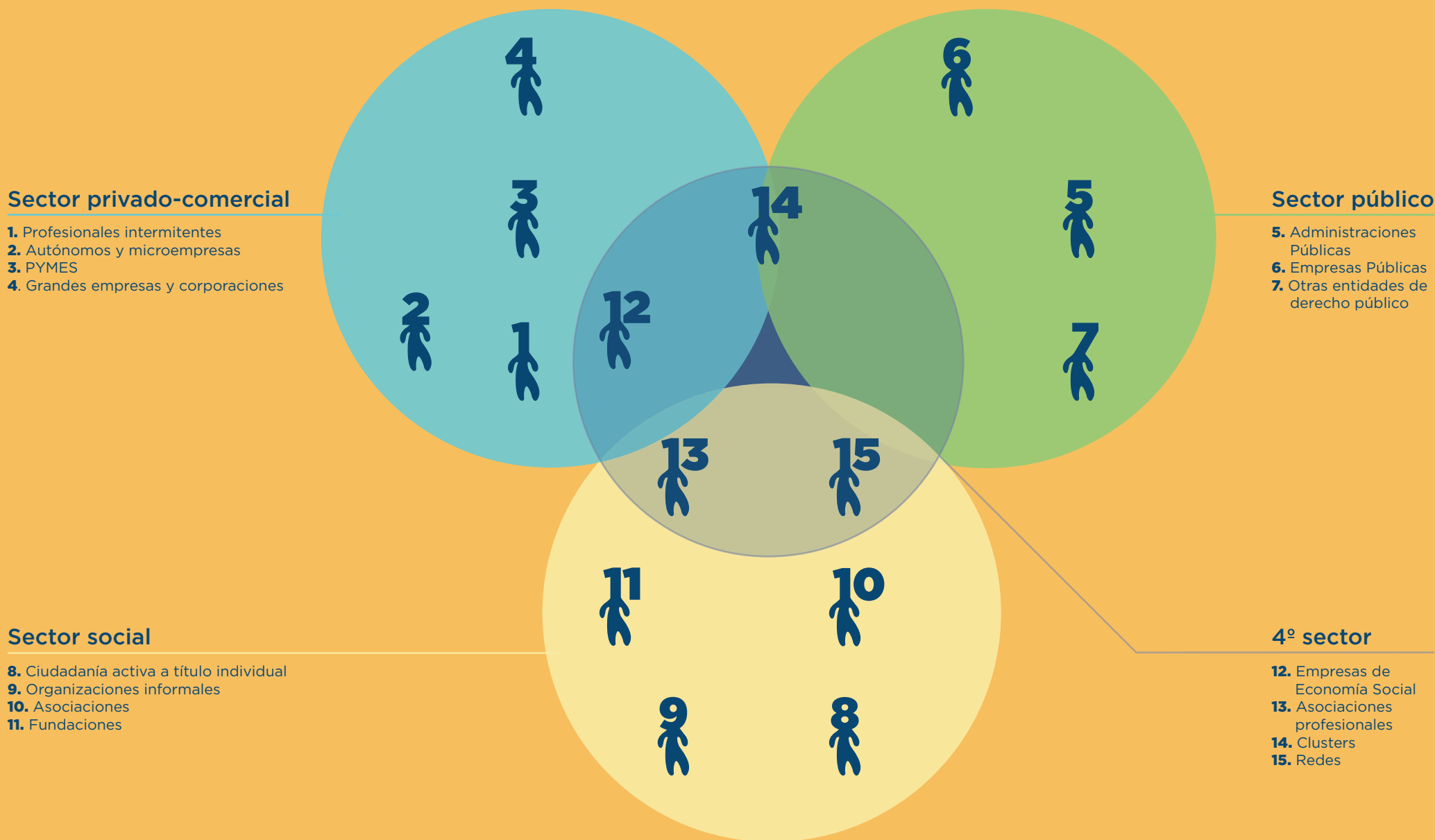


Ámbito creativo

Agentes de acción directa en cualquier subsector o eslabón de la cadena de valor cultural o creativa.

Consideramos aquí a todo tipo de agente, individual o colectivo, persona física o jurídica, que interviene, desde su campo de acción, de manera directa en el mercado o en su contexto cultural o creativo. Sirvan como ejemplos ilustrativos un actor, una cantante de ópera, una compañía circense, una empresa de restauración de patrimonio mueble, un colectivo de cultura urbana, un estudio de diseño gráfico, una asociación promotora de experiencias en cultura gastronómica, una empresa de intermediación artística, un mediador cultural, una museóloga, una productora audiovisual, una consultora cultural, una empresa especializada en la organización de eventos, un artista visual que trabaja en contextos no artísticos, una novelista, una editorial... Es decir, agentes del sector, no necesariamente estructurales ni de fomento, con vocación de intervención en el mismo.

TIPOS DE AGENTES



2

SECTORES Y SUBSECTORES CULTURALES Y CREATIVOS



La cultura y la creación son entendidas aquí como el conjunto de áreas de actividad que componen y afectan de manera amplia a lo cultural. Una realidad compleja, que incorpora aspectos antropológicos, sociológicos, políticos, jurídico-administrativos, económico-productivos, etc.

KULTURSYSTEMA propone una clasificación organizada en torno a cinco sectores o niveles diferenciados pero interrelacionados, a los cuales hemos incorporado un sector de cruce, de transversalidad. Estos sectores se representan mediante círculos concéntricos, otorgando un carácter más germinal a los círculos centrales y más instrumental al exterior.

0. Transversal

1. Patrimonio cultural.
2. Artes.
3. Artes aplicadas y oficios creativos.
4. Industrias culturales y creativas.
5. Servicios de articulación e industrias auxiliares.

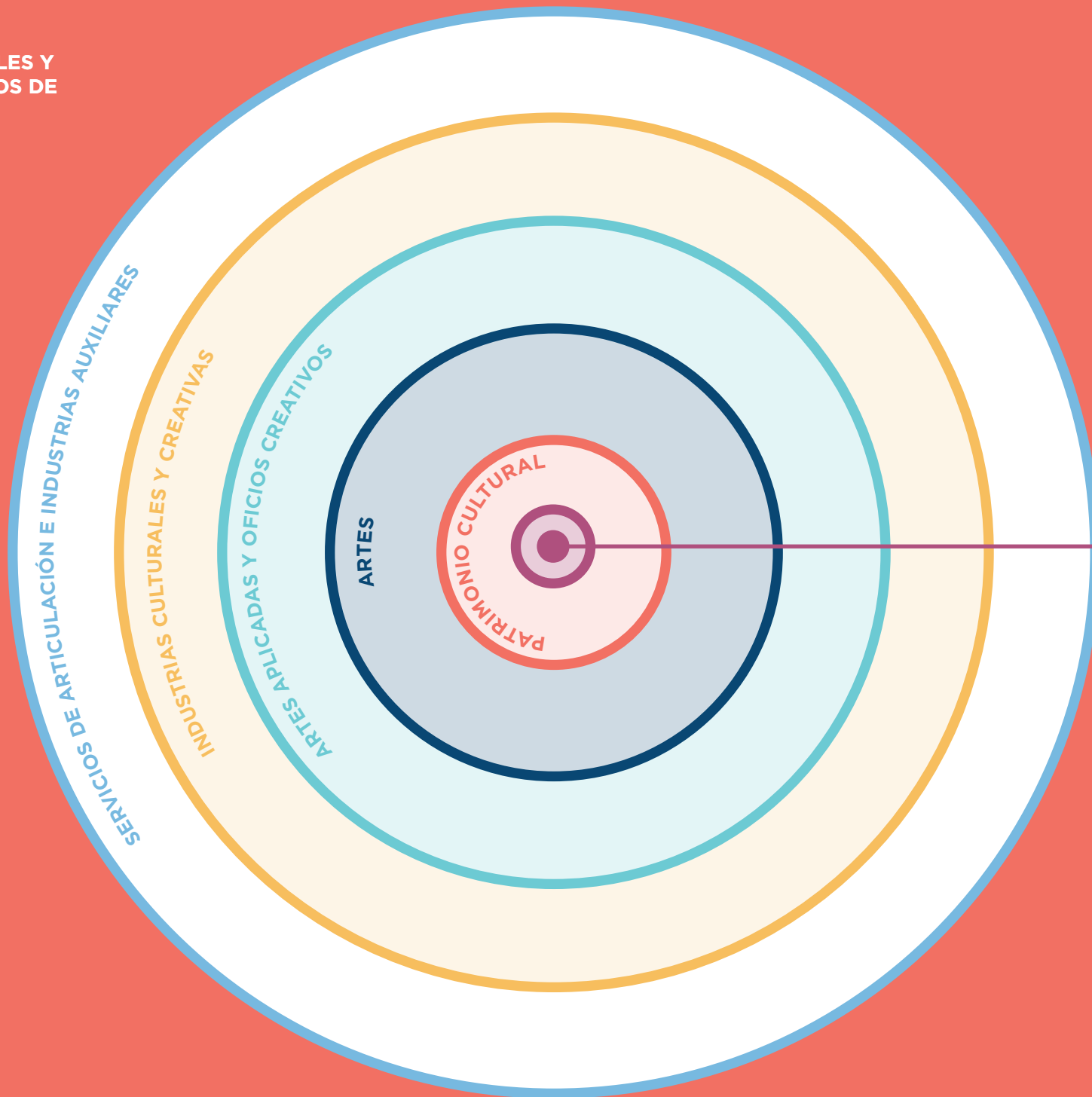
Estos sectores, a excepción del Transversal, se subdividen, a su vez, en diversos subsectores disciplinares, compuestos por una amplia tipología de actividades diferenciadas, que aparecen, posteriormente, enumeradas con un carácter no exhaustivo. Independientemente del ámbito de actuación (ámbito estructural, ámbito de impulso o ámbito creativo) o del tipo de agente del que se trate, estos agentes pueden actuar en cualquiera de los sectores y subsectores.

Es importante señalar, dadas las singularidades del sector, que las categorías propuestas no son puras ni cerradas; que emergen nuevos ámbitos de actividad especializados; que hay actividades que se sitúan de manera cruzada entre uno o más sectores, produciéndose evidentes solapamientos, algunos de estos, incluso, con eslabones de la cadena de valor cultural / creativa. Además, se ha decidido dejar fuera de foco a sectores cercanos o con fuertes intersecciones, como pueden ser el patrimonio natural, el deporte o el turismo (exceptuando el específicamente cultural).

SECTORES CULTURALES Y CREATIVOS Y ÁMBITOS DE ACTUACIÓN



Ámbito estructural
ESPACIOS Y PLATAFORMAS
(físicas y virtuales)



Ámbito de impulso
AGENTES DE REGULACIÓN,
FOMENTO E IMPULSO

TRANSVERSAL



Ámbito creativo
AGENTES DE ACCIÓN DIRECTA

SECTORES Y SUBSECTORES CULTURALES Y CREATIVOS

0. TRANSVERSAL

Hoy en día muchas expresiones culturales y creativas beben, se vinculan o se entremezclan con otras, pero incorporamos este sector Transversal para señalar de manera expresa al cada vez mayor número de agentes cuyas prácticas son *per se* de naturaleza dialógica o híbrida, ya sea de forma intracultural -entre varios sectores o subsectores culturales y creativos sin presencia dominante de ninguno de ellos- o extracultural -desarrollando cruces entre sectores y subsectores culturales y creativos con otros ámbitos disciplinares y de conocimiento-



1. PATRIMONIO CULTURAL

El amplio conjunto de bienes culturales, tangibles e intangibles, conformadores de la identidad dinámica de una comunidad, que representan un testimonio y simbología histórico-cultural para la misma, y que una generación hereda y transmite a la siguiente con el propósito de preservar, continuar y acrecentar dicha herencia, concebida como sustrato cultural para la creación de futuros.



Patrimonio cultural tangible

Mueble (artístico, bibliográfico, mobiliario...) e inmueble (monumentos, construcciones y sitios).



Patrimonio cultural intangible

Compuesto por tradiciones y expresiones vivas, saberes, lenguas, celebraciones, memoria colectiva, cultura tradicional.



Patrimonio cultural-natural

Vestigios arqueológicos en su contexto natural, fósiles, terrestres y subacuáticos, otros materiales de opinión científica, así como el paisaje cultural producido en un determinado tiempo y espacio.



Ámbitos de actividad aplicados al patrimonio

Archivística y biblioteconomía / Arqueología / Documentación y catalogación / Historiografía / Museografía / Paleontología / Restauración / ...

2. ARTES

Ámbito desde el que crear, componer y proponer; trabajando con formas, materiales, lenguajes, expresiones y relaciones diversas; y produciendo nuevos significados, relatos, representaciones, dispositivos, espacios simbólicos y subjetividades.



Literatura

Cómic / Ensayo / Guión / Novela / Poesía / Traducción literaria / ...



Música

Clásica / Coral / Contemporánea / Lírica / Popular / ...



Escénicas y en vivo

Bertsolaritza e improvisación / Circo / Danza / Performance / Magia / Teatro / ...



Plásticas y visuales

Animación / Creación audiovisual / Dibujo / Escultura / Fotografía / Grabado / Pintura / ...



New Media Art

Arte electrónico / Arte multimedia e interactivo / Arte y ciencia / Cultura de datos / Hardware y software de experimentación artística / ...



Artes relacionales

Arte comportamental / Arte comunitario / Artivismo / Prácticas contextuales / ...

3. ARTES APLICADAS Y OFICIOS CREATIVOS

Conjunto de actividades creativas que aplican conocimientos y técnicas de las artes, en combinación con otras disciplinas técnicas, con el objetivo de producir utilidades de carácter prioritariamente funcional.



Artesanía

Cerámica / Instrumentos musicales / Joyería / Madera / Marroquinería / Textil / Vidrio / ...



Diseño

Cultura *maker* / Editorial / Experiencias / Gráfico / Ilustración / Industrial / Juegos y juguetes / Moda / Multimedia / Procesos / Producto / Servicios / ...



Arquitectura

Arquitectura efímera / Edificación / Escenografía / Interiorismo / Mobiliario / Paisajismo / Urbanismo / ...



Gastronomía

Cocina Creativa / Cultura alimentaria / Experiencias gastronómicas / I+D culinario / ...

4. INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

Conjunto de actividades que dan soporte tangible o intangible a los contenidos y productos culturales y creativos, permitiendo su producción sistematizada, seriada y su distribución masiva (incluyendo los servicios íntimamente ligados a dicha producción estándar).



Editorial

Catálogos / Ediciones limitadas / Libro / Prensa y publicaciones periódicas / ...



Musical

Producción musical / Promotoras / Sellos discográficos / ...



Audiovisual

Cine / Doblaje / Radio / Tv / Vídeo / ...



Nuevos medios

Contenidos digitales / Fabricación digital / *Hardware* y *software* de entretenimiento / *Hardware* y *software* educativo / Transmedia / Videojuegos / ...



Industrias y servicios de la lengua

Enseñanza de las lenguas / Tecnologías de la lengua / Terminología-Lexicografía / Traducción e interpretación / ...

5. SERVICIOS DE ARTICULACIÓN E INDUSTRIAS AUXILIARES

Conjunto diverso de servicios de formación, acompañamiento, soporte técnico, medios de producción u otras actividades culturales y creativas especializadas, a menudo de carácter transversal, dirigidas tanto a los distintos sectores culturales o creativos, como aplicadas desde lo cultural a otros ámbitos.



Educación artística y cultural

Formal (sistema reglado de enseñanza en diferentes niveles) / No formal (formación especializada fuera del sistema reglado).



Mediación cultural

Asistencia en sala / Facilitación-Dinamización-Animación / Guía cultural / Mediación artística / Mediación multicultural / Servicios pedagógicos / ...



Intermediación artística

Curaduría / *Management* y *representación* / Programación / ...



Comunicación

Publicidad / Relaciones públicas y con los medios / *Social media* / Gestión de públicos y audiencias / *Ticketing* / ...



Organización y producción de eventos

Congresos / Ferias / Festivales / ...



Ocio y recreación

Actividades de tiempo libre / Turismo cultural / ...



Consultoría cultural

Análisis-Investigación / Asesoramiento y acompañamiento / Creatividad e innovación / Servicios jurídicos especializados / ...



Gestión cultural

Administración cultural / Diseño y gestión de proyectos y organizaciones culturales / Secretaría técnica / ...



Financiación

Productos financieros específicos para el sector / Patrocinio y mecenazgo / Microfinanciación e inversión colectiva / ...



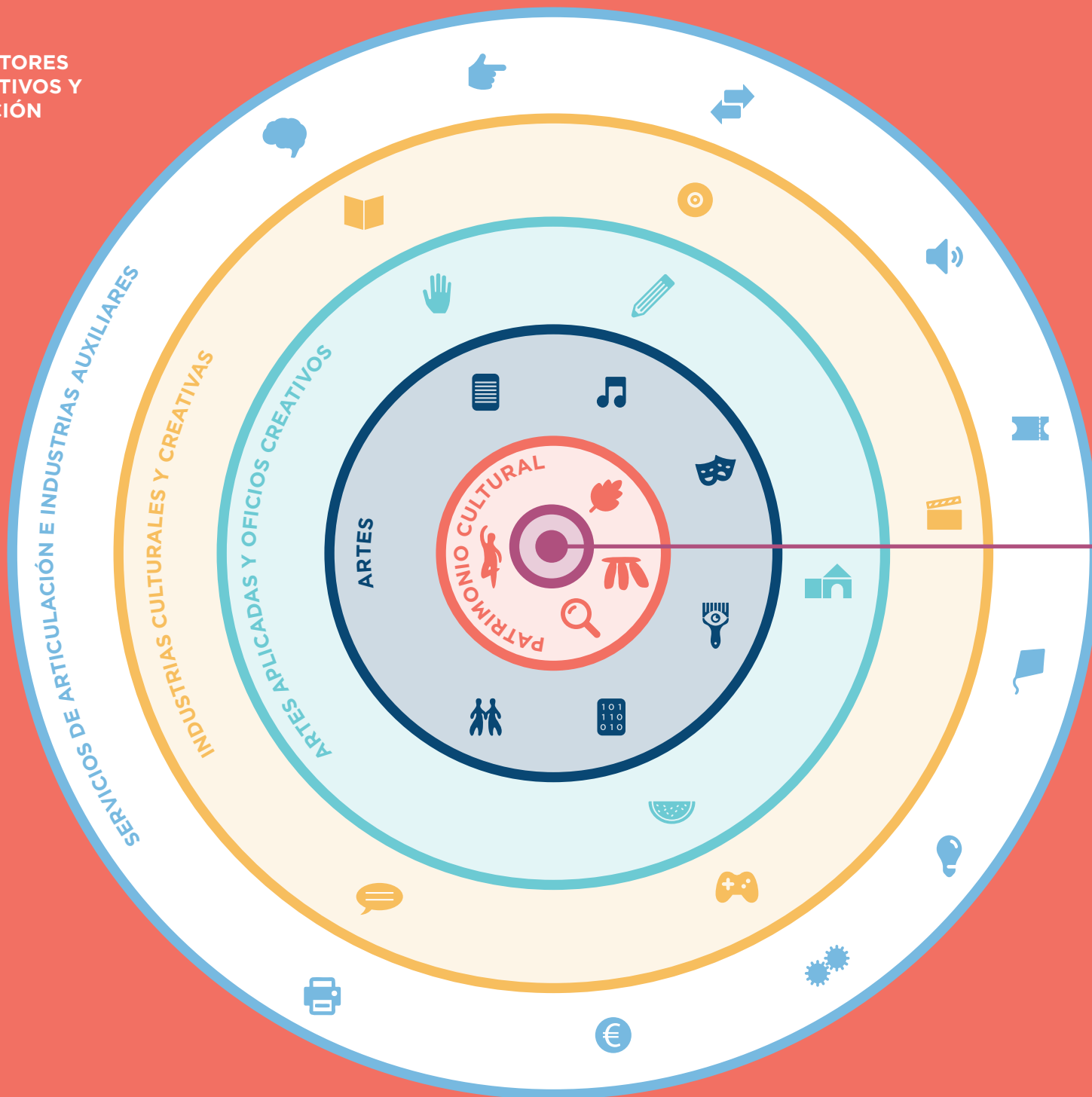
Servicios y medios de producción y reproducción

Artes gráficas / *Hardware*, *software* y telecomunicaciones / Mecanización y producción industrial / Producción museográfica / Servicios y equipos técnicos / ...

SECTORES Y SUBSECTORES CULTURALES Y CREATIVOS Y ÁMBITOS DE ACTUACIÓN



Ámbito estructural
ESPACIOS Y PLATAFORMAS
(físicas y virtuales)



Ámbito de impulso
AGENTES DE REGULACIÓN,
FOMENTO E IMPULSO

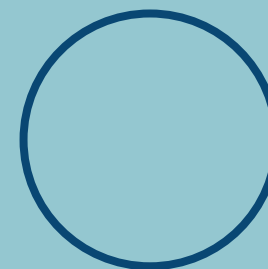
TRANSVERSAL



Ámbito creativo
AGENTES DE ACCIÓN
DIRECTA

3

CADENA DE VALOR



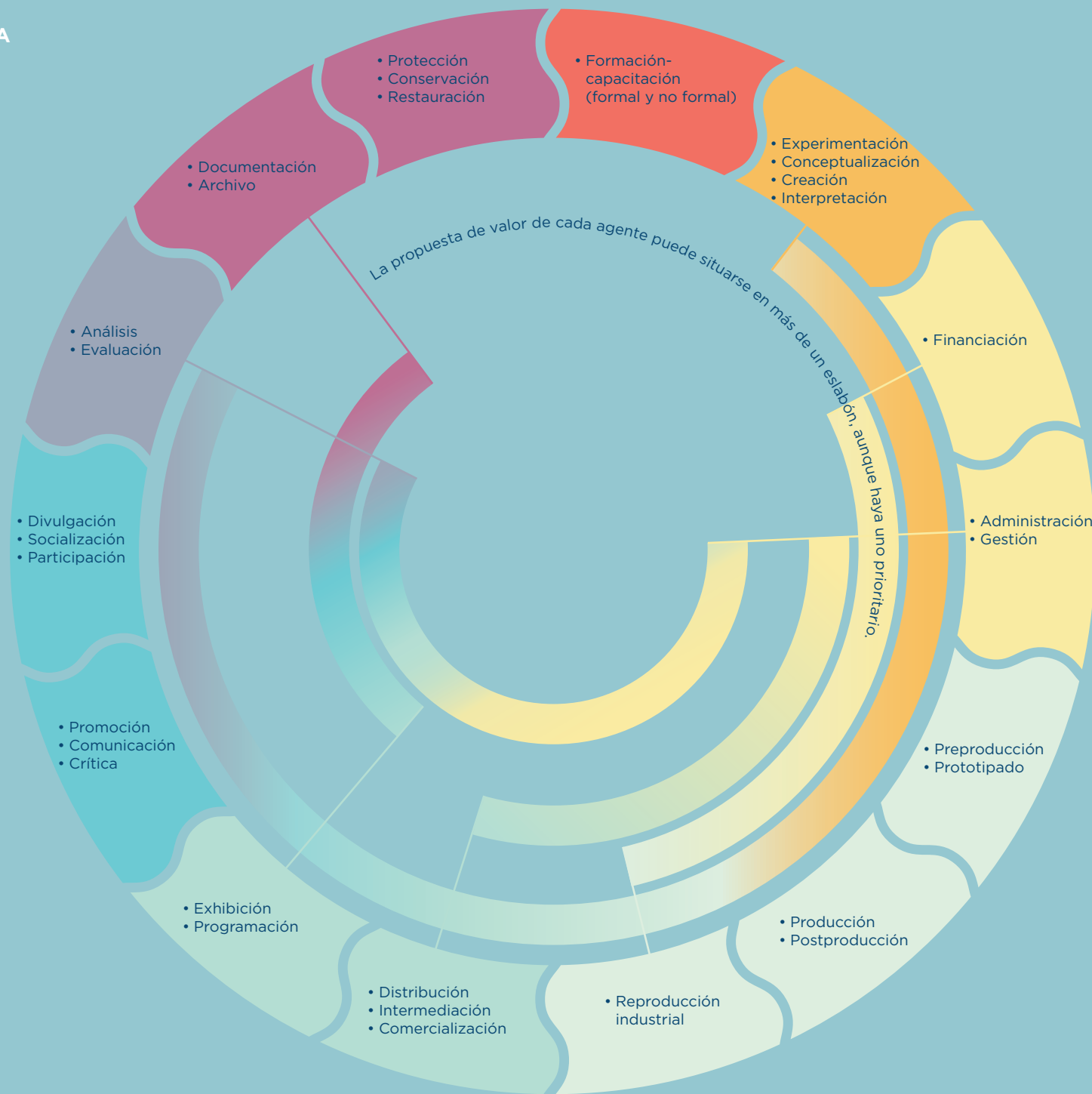
Se entiende por cadena de valor al conjunto de etapas diferenciadas de agregación de valor que, de manera encadenada -no necesariamente consecutiva-, permiten representar cíclicamente las actividades precisas para un correcto funcionamiento de la relación entre oferta y demanda. El conjunto de eslabones está cubierto habitualmente por más de un agente.

Analizar la cadena de valor de los distintos sectores y subsectores culturales y creativos, así como conocer la posición en la misma de las distintas organizaciones o profesionales, resulta de gran utilidad para comprender los espacios no cubiertos, las ineficiencias, las sobrepresencias o las oportunidades que ofrece un entorno y que, a menudo, son determinantes para la viabilidad de las iniciativas y el desarrollo del conjunto del ecosistema. Esta información es clave para que las organizaciones, los profesionales y los responsables de las políticas culturales o de fomento creativo, puedan definir planes y estrategias adecuadamente contextualizadas.

Aunque a nivel interno todo agente despliega su propia cadena de valor para llevar a cabo sus fines (ofrecer y desarrollar procesos, productos, servicios, experiencias, etc.), en KULTURSYSTEMA atendemos a la posición o posiciones específicas que cada agente ocupa en la cadena de valor externa. Es decir, buscamos que cada agente identifique su foco de actividad, dónde está su principal aportación de valor y sentido dentro del mercado específico sectorial. Por ejemplo, aunque todos los agentes precisan financiación, eso no significa que se dediquen profesionalmente a la financiación de proyectos u organizaciones culturales. Por tanto, en este eslabón solo deberíamos encontrar a aquellos agentes que financian o facilitan el acceso a la financiación cultural de terceros.

En KULTURSYSTEMA hemos pretendido recoger en un solo gráfico los distintos eslabones que componen las distintas cadenas de valor de los diversos sectores y subsectores. Además, con el fin de ser operativos, en cada eslabón hemos agrupado diferentes subfases o funciones.

FASES DE LA CADENA DE VALOR



PROTECCIÓN / CONSERVACIÓN / RESTAURACIÓN

Actividades y procesos orientados a la permanencia, protección y rescate de aquellas manifestaciones artísticas y culturales originales irremplazables, con el fin de favorecer su identificación, prevenir su degradación, transmitir a generaciones actuales y futuras su significado, así como fomentar su uso responsable y sostenible.

DOCUMENTACIÓN / ARCHIVO

Tareas de gestión de la información con el fin de garantizar un patrimonio documental así como generar, compartir y socializar conocimiento de forma ordenada y sistematizada.

ANÁLISIS / EVALUACIÓN

Generación de herramientas, índices e indicadores -y su aplicación en estudios de situación e impacto a lo largo del tiempo-, de políticas, programas, proyectos o acciones culturales y creativas.

DIVULGACIÓN / SOCIALIZACIÓN / PARTICIPACIÓN

Acciones de facilitación orientadas a la accesibilidad, la interacción y la generación de contextos favorables para las prácticas culturales y creativas. Son impulsoras del conocimiento, el diálogo y el mutuo aprendizaje así como de la implicación de la comunidad en la producción cultural como hecho social.

PROMOCIÓN / COMUNICACIÓN / CRÍTICA

Acciones orientadas a la escucha activa, a la difusión, puesta en valor, persuasión y/o análisis crítico de producciones culturales y creativas en su relación con los diferentes públicos objetivo.

EXHIBICIÓN / PROGRAMACIÓN

Muestra, presentación o exposición ante un público destinatario final de creaciones, producciones o procesos creativos, ya sea de manera aislada o como parte de un programa de actuación.

DISTRIBUCIÓN / INTERMEDIACIÓN / COMERCIALIZACIÓN

Acciones especializadas de puesta en el mercado, mediante canales físicos o virtuales, de una oferta de productos, servicios, ideas o experiencias culturales y creativas, de producción propia o ajena.

FORMACIÓN / CAPACITACIÓN (FORMAL Y NO FORMAL)

Desarrollo y transferencia a terceros, con una orientación profesional, de conocimientos, metodologías, técnicas, lenguajes... en torno a las artes y a las diversas expresiones o prácticas culturales y creativas, en el marco del sistema reglado de enseñanza o en entornos educativos no formales.

EXPERIMENTACIÓN / CONCEPTUALIZACIÓN / CREACIÓN / INTERPRETACIÓN

Procesos de exploración, desarrollo, combinación y contraste de ideas y prácticas con el fin de generar nuevas creaciones o recrear creaciones pre-existentes, generar nuevo conocimiento, nuevas miradas o nuevas actitudes respecto de un campo o expresión de las artes y la cultura o, utilizando estas últimas, incidir en cambios y transformaciones en otros ámbitos o campos sociales.

FINANCIACIÓN

Aportación directa, asesoramiento o mediación especializada en la captación o generación de recursos dinerarios o no dinerarios, destinados al desarrollo de proyectos y/o de la actividad cotidiana de una persona física u organización del ecosistema cultural y creativo.

ADMINISTRACIÓN / GESTIÓN

Asesoramiento, planificación y gestión especializada en aspectos estratégicos, organizativos, operativos, administrativos, tributarios y/o legales fundamentales en el desempeño de la actividad cultural y creativa.

PREPRODUCCIÓN / PROTOTIPADO

Tareas, aproximaciones creativas y procesos de preparación previos, necesarios para la producción, la socialización o la comercialización de una idea, producto o experiencia cultural, incluyendo los procesos de ensayo (prueba-error) y diferentes sistemas de plasmación física o visual que sirvan para orientar la toma de decisiones sobre las siguientes fases.

PRODUCCIÓN / POSTPRODUCCIÓN

Organización sistematizada de procesos y actividades que permiten convertir prototipos o ideas formales en conocimiento o modelos de pensamiento, productos, servicios o experiencias culturales, de manera previa a su distribución, comunicación, socialización o comercialización, así como la posterior asistencia técnica, actualización y seguimiento.

REPRODUCCIÓN INDUSTRIAL

Procesos de producción seriada, física o digital, de una creación artística, cultural o creativa, para su distribución masiva y su optimización escalable de variables de tipo económico y/o de acceso.

4

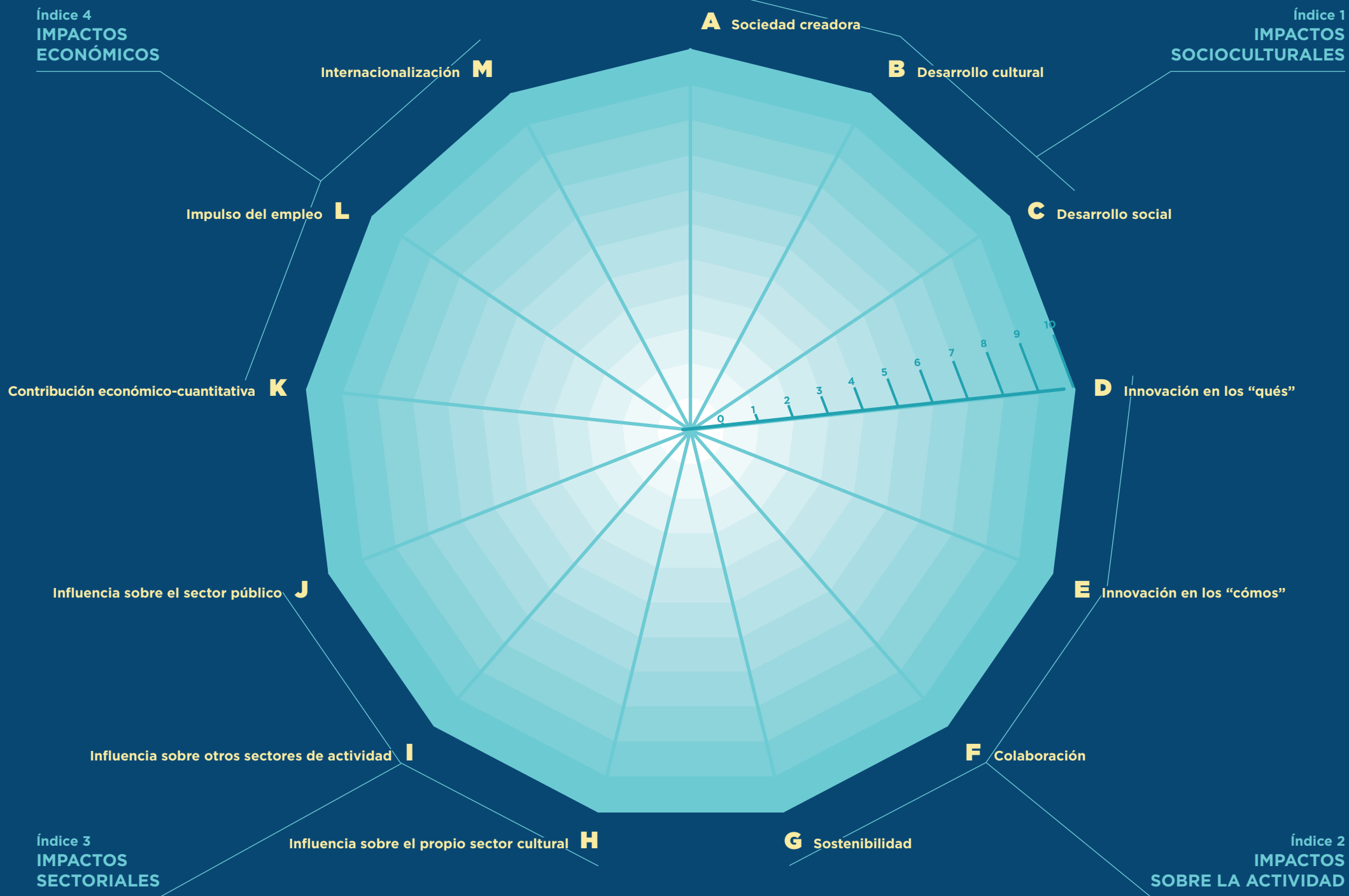
IMPACTOS Y RETORNOS



Se entiende por impactos y retornos la expresión de los efectos, cambios o resultados, derivados de la implementación de un determinado plan, programa, proyecto, servicio o acción, sobre un grupo social, un ámbito determinado o sobre el propio proceso, organización y/o agentes implicados.

Estas consecuencias y relaciones causa-efecto a corto, medio y largo plazo, pueden ser de diversa tipología, como por ejemplo: retornos internos o externos; específicos o globales; planeados o no previstos; positivos, negativos o neutros; directos o indirectos. Y atienden también a la cantidad, calidad y extensión de los mismos.

Conscientes de la existencia de indicadores de evaluación de políticas, de índices que miden la creatividad y la potencialidad sectorial para el desarrollo territorial o de sistemas de cuantificación del impacto de una acción cultural en la economía local -por poner solo algunos ejemplos-, desde KULTURSISTEMA, de manera complementaria, se ha desarrollado una propuesta para el autodiagnóstico -con carácter más reflexivo y advocativo que de análisis cuantitativo-, compuesta por una batería de cuatro índices y trece dimensiones de referencia.



Índice 1. IMPACTOS SOCIOCULTURALES

Los efectos producidos en el contexto, sobre el territorio, las personas, sus sistemas sociales y los retos a abordar en común.

- A Sociedad creadora**
Fomento, a título individual y colectivo, de la creación y la creatividad, del pensamiento crítico y de la producción de nuevos relatos, imaginarios y subjetividades.
- B Desarrollo cultural**
Impulso de la democracia y la democratización cultural. Desarrollo de la cultura como derecho. Acceso a la producción y al disfrute cultural. Creación y cualificación de públicos.
- C Desarrollo social**
Favorecimiento de la cohesión social y abordaje de retos relacionados con educación, integración, vida saludable, medio ambiente, ocio...

Índice 2. IMPACTOS SOBRE LA ACTIVIDAD

Los efectos en relación a la propia actividad, incluyendo tanto el contenido de la misma como el modo en que se desarrolla.

- D Innovación en los “qués”**
Creación de nuevas ideas y contenidos. Generación de una oferta innovadora y diferencial de actividades, productos, servicios y experiencias culturales.
- E Innovación en los “cómos”**
Desarrollo y/o aplicación de nuevos sistemas, metodologías y herramientas de relación, gobernanza, creación, producción, distribución o propiedad.
- F Colaboración**
Fomento de espacios y prácticas colaborativas. Participación en proyectos y procesos colectivos. Articulación a través de asociaciones, redes y alianzas.
- G Sostenibilidad**
Aplicación de criterios y medidas relacionadas con el cuidado del medio, el uso consciente de recursos y la minimización del impacto ecológico.

Índice 3. IMPACTOS SECTORIALES

Los efectos colaterales producidos sobre el propio sector cultural, sobre otros ámbitos sociales, productivos y sobre el sector público.

- H Influencia sobre el propio sector cultural**
Dinamización y capacidad tractora, por: dimensión, referencialidad y relaciones, capacidad innovadora, apertura de mercados, potencial industrializador...
- I Influencia sobre otros sectores de actividad**
Fomento del diálogo, cooperación, transferencia e hibridación intersectorial y las relaciones transdisciplinares.
- J Influencia sobre el sector público**
Contribución al desarrollo y evaluación de políticas públicas y de nuevos planes y medidas. Evolución de los estándares y procedimientos de gobierno abierto.

Índice 4. IMPACTOS ECONÓMICOS

Los efectos relacionados con la generación y distribución de riqueza, el empleo o la internacionalización de la actividad.

- K Contribución económico-cuantitativa**
Producción de beneficios directos o indirectos (externalidades positivas). Distribución de capitales. Volumen de facturación, aportación al PIB y retornos fiscales.
- L Impulso del empleo**
Generación y/o mantenimiento de empleo directo o indirecto. Condiciones de trabajo y medidas de igualdad, inclusión, conciliación, desarrollo personal...
- M Internacionalización**
Presencia en mercados o comercio exterior. Participación en redes, circuitos o proyectos internacionales.

5

CRUCES Y COMBINACIONES



Una parte cada vez mayor de la potencia y el valor del ecosistema cultural y creativo se encuentra en: la redefinición y reposicionamiento de los agentes pre-existentes; la aparición de nuevos agentes cuya diversidad en cuanto a tipología, ámbitos de actividad o formas de socialización del conocimiento, van más allá de las convenciones habituales; y las posibilidades para el surgimiento de fenómenos emergentes que nos ofrece su combinatoria.

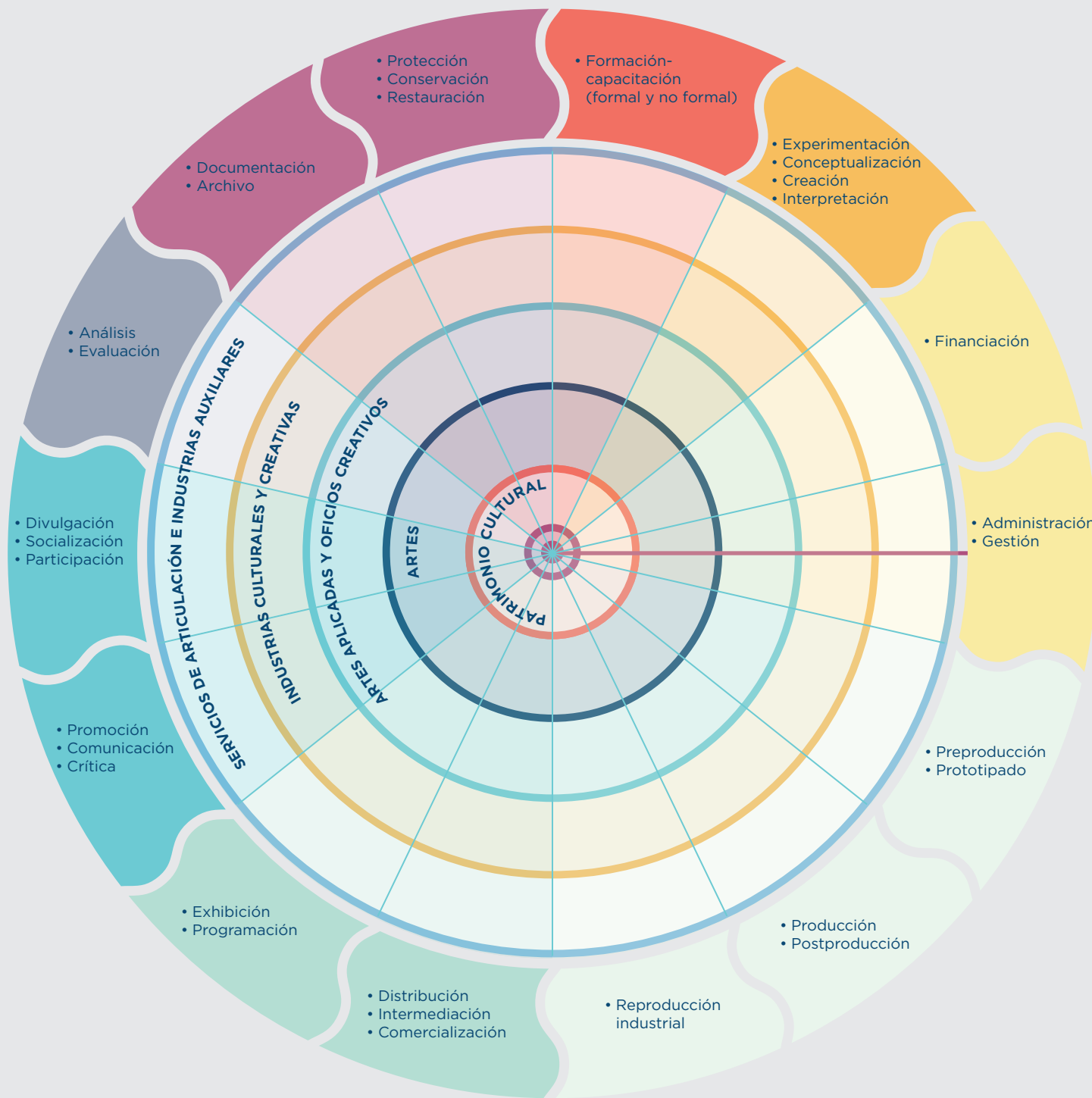
Por eso KULTURSYSTEMA, además de las matrices que sirven para analizar de modo separado cada uno de los aspectos relevantes, propone tres matrices complementarias (que cruzan datos), ayudando a hacer una interpretación más compleja y afinada y a descubrir y poner atención sobre peculiaridades, potencialidades y oportunidades, en el campo de actuación de cada agente o de un territorio.

- **Matriz para el cruce de sectores y subsectores con la cadena de valor.** Permite observar dónde pone una organización el foco -y dónde no- o cuál es la distribución, en un territorio, de los nichos de actuación de sus agentes culturales y creativos y, en consecuencia, qué espacios no están cubiertos y cuáles están sobre representados.
- **Matriz para el cruce de tipologías de agentes con la cadena de valor.** Permite ver si hay una tendencia determinada en un ámbito territorial concreto respecto al tipo de valor añadido que aportan al mercado y a la sociedad los diferentes agentes creativos en base a su naturaleza formal.
- **Matriz para el cruce de tipología de agentes con sectores y subsectores.** Presenta una fotografía de qué campos de actuación artística, cultural o creativa condicionan, o vienen condicionados, por el tipo de agente analizado en base a su naturaleza formal.

MATRIZ PARA EL CRUCE DE SECTORES Y SUBSECTORES CON LA CADENA DE VALOR



Ámbito estructural
ESPACIOS Y PLATAFORMAS
(físicas y virtuales)



Ámbito de impulso
AGENTES DE REGULACIÓN,
FOMENTO E IMPULSO



Ámbito creativo
AGENTES DE ACCIÓN
DIRECTA

MATRIZ PARA EL CRUCE DE TIPOLOGÍAS DE AGENTES CON LA CADENA DE VALOR

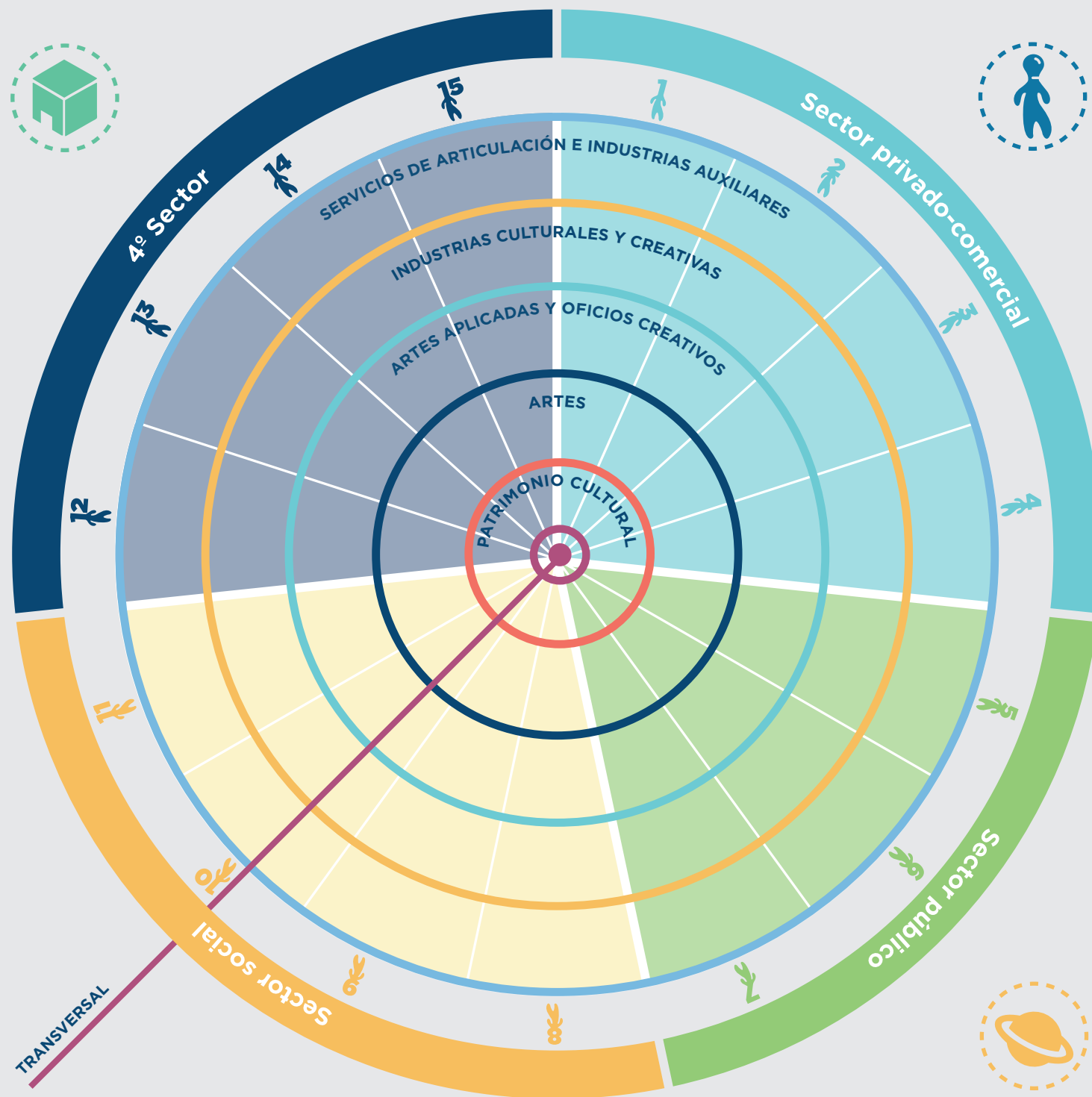


- 1 Sector privado-comercial
- 2 Sector público
- 3 Sector social
- 4 4º sector

MATRIZ PARA EL CRUCE DE TIPOLOGÍA DE AGENTES CON SECTORES Y SUBSECTORES

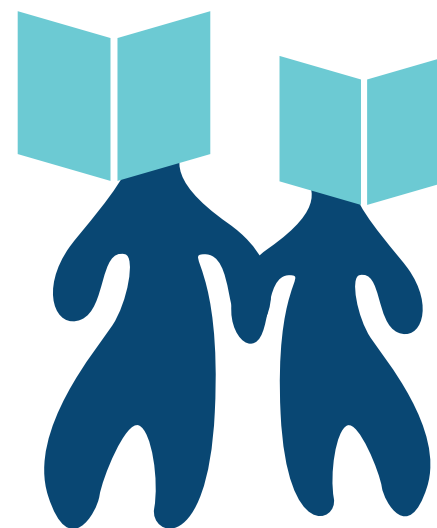


1. Profesionales intermitentes
2. Autónomos y microempresas
3. PYMES
4. Grandes empresas y corporaciones
5. Administraciones Públicas
6. Empresas Públicas
7. Otras entidades de derecho público
8. Ciudadanía activa a título individual
9. Organizaciones informales
10. Asociaciones
11. Fundaciones
12. Empresas de Economía Social
13. Asociaciones profesionales
14. Clusters
15. Redes



6

BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA



BIBLIOGRAFÍA DE REFERENCIA

Aspillaga Fariña, Alejandra y otros, *Mapeo de las industrias creativas en Chile, caracterización y dimensionamiento*, Ed. Consejo Nacional de la Cultura y las Artes de Chile, Santiago de Chile, 2014.
http://cid.uchile.cl/images/stories/docs/mapeo_industrias_creativas.pdf

Benavente, José Miguel y Grazzi, Matteo, *Políticas Públicas para la Creatividad y la Innovación. Impulsando la economía naranja en América Latina y el Caribe*, Ed. Banco Interamericano de Desarrollo, Washington, 2017.
https://mail.google.com/mail/u/0/#search/kultursistema_2ªedición+revisada/QgrcJHsNkdhhkwtkcCFRXXGMnjZSFkxRNCv

BOP Consulting, *Mapping the Creative industries: a toolkit*, Ed. British Council, Londres, 2010.
<https://drive.google.com/file/d/0B8wtUgINuDMWUW12NW9pQ1U0/view>

Castro Higuera, Antonio, *Las industrias culturales y creativas y su índice de potencialidad*, Ed. Comunicación Social, Salamanca, 2017.
<http://www.comunicacionsocial.es/catalogo/colecciones/contextos/las-industrias-culturales-y-creativas-y-su-indice-de-potencialidad>

Chapain, Caroline y otros, *Creative clusters and innovation*, Ed. NESTA, Londres, 2010.
https://www.nesta.org.uk/sites/default/files/creative_clusters_and_innovation.pdf

Códigos CNAE de actividades económicas.
<http://www.codigoscnae.es/todosloscodigoscnae>

ColaBoraBora, *Ecosistema I+C+i*, Bilbao, 2016.
<https://www.colaborabora.org/2016/08/26/ecosistema-ici/>

De Voldere, Isabelle (Coordinadora) y otros, *Mapping the creative value chains. A study on the economy of culture in the digital age*. European Commission DG Education and Culture, Luxembourg, 2017.
<https://www.culturepartnership.eu/en/article/mapping-the-creative-value-chains>

Fundación ILAM, *Los diversos patrimonios*, San José, 2006.
<http://www.ilam.org/index.php/es/programas/ilam-patrimonio/los-diversos-patrimonios>

Gobierno Vasco, *Prioridades estratégicas de especialización inteligente RIS3 para Euskadi*, Vitoria-Gasteiz, 2014.
https://www.irekia.euskadi.eus/uploads/attachments/4633/prioridades_estrategicas201404_ris3_gobierno_vasco.pdf?1400573225

Gómez de la Iglesia, Roberto, *Gestión creativa: ciudades y organizaciones creativas, en Manual Atalaya. Apoyo a la gestión cultural*, Ed. Universidad de Cádiz, Cádiz, 2014.
<http://atalayagestioncultural.es/capitulo/herramientas/gestion-creativa-ciudades-organizaciones-creativas>

Gómez de la Iglesia, Roberto y Pérez Martín, Miguel Ángel, *El técnico en Actividades Socioculturales*, Ed. Xabide, Vitoria-Gasteiz, 1992.

Heerad, Sabeti y 4th Sector Network Concept Working Group, *The emerging Fourth Sector*, Ed. The Aspen Institute, Washington, DC, 2009.
<https://www.aspeninstitute.org/publications/emerging-fourth-sector-executive-summary/>

Howkins, John, *The Creative Economy. How People Make Money from Ideas*, Ed. Penguin Books, 2002.
<http://www.johnhowkins.com/wordpress/>

KEA, Media Group y MKW, *The economy of the Culture in Europe*, Bruselas, 2006.
http://ec.europa.eu/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf

Kind, Sonja y Meier zu Köcker, Gerd, *Developing Successful Creative & Cultural Clusters*, Ed. Projektzukunft, Berlin, 2012.
http://www.berlin.de/projektzukunft/fileadmin/user_upload/pdf/studien/Report_Impact_Assessment_2013-web.pdf

Pratt, Andy C., *The Cultural Industries Production System: A Case Study of Employment Change in Britain, 1984-91* (Environmental and Planning A, Vol 29: 1953-1974), Ed. Pion, Londres, 1997.
<http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.1018.3510&rep=rep1&type=pdf>

Ratzenböck, Veronika y otros, *An analysis of the economic potential of the creative industries in Vienna*, Ed. City of Vienna, Viena, 2004.
<http://www.culturenet.cz/en/cultural-policy/analysis-of-the-economical-potential-of-the-creative-industries-in-vienna/kp:165/>

VV.AA., *Agenda 21 de la Cultura*, (documento surgido del Foro de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos - CGLU, para la elaboración de políticas culturales locales), Ed. CGLU, Barcelona, 2015.
http://www.agenda21culture.net/images/a21c/nueva-A21C/C21A/C21_015_spa.pdf

VV.AA., *Análisis de la cadena de valor y propuestas de política cultural*, Ed. Observatorio Vasco de la Cultura_Gobierno Vasco, Vitoria-Gasteiz, 2015.
<http://www.kultura.ejgv.euskadi.eus/informacion/analisis-de-la-cadena-de-valor-y-propuestas-de-politica-cultural-2015/r46-19803/es/>

VV.AA., *Creative Economy Report. Special edition*, Ed. UNDP y UNESCO, París, 2013.
<http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>

VV.AA., *Creative Industries in Estonia, Latvia and Lithuania*, Ed. Ministerio de Cultura de Estonia, Tallinn, 2010.
http://www.looveesti.ee/wp-content/uploads/2016/01/CI_ELL_A4_kahepoolne_coated1.pdf

VV.AA., *Economía Creativa*, Ed. UNCTAD (Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo), Ginebra, 2010.
http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf

VV.AA., *Estudio sobre el Ecosistema Cultural de Puerto Rico*, Ed. Comisión para el Desarrollo Cultural de Puerto Rico, San Juan, 2015.
<https://es.scribd.com/doc/267486776/CODECU-Estudio-sobre-el-ecosistema-cultural>

VV.AA., *Guía para la evaluación de las políticas culturales locales*, Ed. Federación Española de Municipios y Provincias, Madrid, 2009.
<http://documentos.femp.es/files/120-18-CampoFichero/Evaluacionpol%C3%ADticas.pdf>

VV.AA., *La especialización inteligente en las industrias culturales y creativas*, Jornada Martes de Innobasque, Donostia-San Sebastián, 2016.
<http://www.innobasque.eus/es/article/880/la-especializacion-inteligente-en-las-industrias-culturales-y-creativas>

VV.AA., *Manifiesto Mutare, Cultura y Transformación Social*, Fundación Carulla, Barcelona 2018.
<https://mutare.cat>

K RR S K N

KULTURA BERRIKUNTZAN
BERRIKUNTZAREN KULTURA
INNOVACIÓN EN CULTURA
CULTURA DE LA INNOVACIÓN

KARRASKAN.ORG

KULTURSISTEMA es un proyecto desarrollado desde la asociación profesional KARRASKAN, dedicada al fomento de la innovación en cultura y la cultura de innovación. Ha sido desarrollado por Roberto Gómez de la Iglesia, de Conexiones improbables, y Ricardo Antón Troyas, de ColaBoraBora; con la colaboración de Iranzu Guijarro Plaza en la labor de coordinación del trabajo de mapeado de la primera edición y de revisión de la segunda; y de Nerea Márquez Txarramendieta de ojobuey.com en la resolución gráfica. Además, diferentes asociados de KARRASKAN y otros agentes culturales e institucionales han participado en el enriquecimiento de referencias y en el contraste abierto de contenidos en presentaciones y talleres prácticos.

Para el desarrollo de KULTURSISTEMA en sus diferentes fases, KARRASKAN ha recibido el apoyo de distintas instituciones públicas, a través de sus ministerios, departamentos o áreas de cultura, como son: el Gobierno de España, el Gobierno Vasco, las Diputaciones Forales de Álava, Bizkaia y Gipuzkoa, y el Ayuntamiento de Getxo.

Primera edición: julio 2017
Segunda edición revisada: mayo 2019
Segunda edición revisada y ampliada: marzo 2020
Desarrollo para Karraskan de la herramienta digital
www.kultursistema.com : Bravo Manager



KULTURSISTEMA se encuentra bajo licencia Creative Commons by-sa. Reconocimiento-Compartir Igual (by-sa), una licencia que permite la libre utilización y modificación de la obra, citando a sus autores originales y situando el resultado derivado bajo la misma licencia.





kultursistema.com