

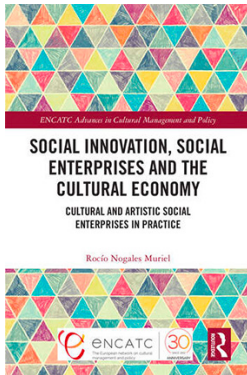
ISSN: 1576-0162

DOI: <http://dx.doi.org/10.33776/rem.vi67.8339>

ISBN: 978-1032378299 (impreso)

Rocío Nogales Muriel

Social Innovation, Social Enterprises and the Cultural Economy : Cultural and Artistic Social Enterprises in Practice
Londres. Routledge, 2023
272 páginas



Si el ámbito de la cultura se suele asociar al activismo y denuncias sociales, esta obra constituye una demostración de que otros sistemas económicos y empresariales distintos al predominante y basados en la individualidad, jerarquía y maximización del beneficio, son posible; y todo ello a través del método científico y académico aplicado al sector artístico y cultural. Aunque a priori parezca una tarea difícil, este volumen consigue hacerlo de una forma casi natural, partiendo de lo más general o lo más particular, siguiendo un hilo conductor que lleva al lector a darse de bruces con la realidad que la autora desea mostrar.

Así, este libro se puede asemejar a un rascacielos por su ambicioso objetivo, pero que cuenta con unos cimientos bien fuertes y una estructura de materiales resistentes ante la adversidad, pues constituye una obra perfectamente fundamentada tanto a nivel teórico, con una revisión de la literatura muy extensa y exhaustiva relacionada con la Sociología, la Economía y la Política; como a nivel empírico, con un estudio de caso internacional con contenido estadístico digno de reconocimiento y que concluye con el propósito de la investigación: mostrar, a través de un ejemplo, una alternativa organizacional basada en la cooperación y la participación en el sector cultural y artístico para la consecución de una transición sostenible. Se trata, por tanto, de un trabajo con un trasfondo muy esperanzador para los tiempos tan inciertos que se presentan en la actualidad en el que una transición económica, política, ambiental y cultural se hacen necesarias para asegurar el bienestar de la humanidad.

Teniendo en cuenta todo lo anterior, no debe extrañar que la presente obra sea el producto de una tesis doctoral, con una organización similar a la de las investigaciones en ciencias sociales aplicadas, con su marco teórico y su parte empírica. De hecho, se trata de la tesis doctoral de la autora, Rocío Nogales Muriel, Doctora en Sociología por la Universidad de Barcelona, y cuya investigación ha sido premiada por la European Network on Cultural Management and Policy (ENCATC), que contemplaba la publicación del presente libro. Este

prestigioso reconocimiento muestra la calidad y el rigor científico con el que se ha llevado a cabo la investigación.

En cuanto al contenido de la obra, ésta analiza el potencial de las innovaciones sociales desarrolladas por las empresas sociales en el sector cultural y artístico (CASE, por sus siglas en inglés: Cultural and Artistic Social Enterprises). Las innovaciones sociales son aquellas destinadas a solucionar un problema social o ambiental, mejorando la calidad de vida de los seres humanos. En este sentido, los trabajadores del sector cultural se caracterizan por su situación precaria y el desarrollo de su actividad de forma individual o autónoma a nivel jurídico. La innovación social surge aquí como una forma rompedora de dar estabilidad a los artistas a través de la acción colectiva *bottom-up* con la creación de Smart. No obstante, el papel de la innovación social en la cultura va más allá de la protección de los artistas y trabajadores del sector cultural, pues éste se constituye como una herramienta posible para llevar a cabo una transformación de los valores y actitudes de la sociedad hacia determinados aspectos de la realidad. Así, los cuadros, las fotografías, los teatros o el cine pueden concienciar sobre las necesidades de cambio en la esfera económica, ambiental, social y política.

Por su parte, las empresas sociales son aquellas que crean valor social además de valor económico. Es decir, son aquellas que solucionan un problema social o ambiental a través del mercado, por lo que se les conoce como empresas híbridas. De este modo, existen muchas sinergias entre la innovación social y emprendimiento social ampliamente reconocidas en la literatura; y, asimismo, también se suelen asociar estos términos a los de Economía Social y Solidaria, o Tercer Sector, según las idiosincrasias nacionales. A menudo, las fronteras entre todos estos términos son borrosas y las confusiones a la hora de referirse a ellos son muy habituales. No obstante, a pesar de estos límites difusos, la autora muestra un gran dominio de los conceptos y sabe transmitir al lector las diferencias fundamentales entre ellos, entroncando a las CASEs bajo el gran paraguas que la Economía Social y Solidaria constituye.

En cuanto a la estructura del trabajo, podemos distinguir dos grandes partes. Una referida al marco teórico, y otra al caso de estudio. En cuanto a la primera, tras la sugerente introducción, el capítulo 1 se centra en situar el ámbito de la cultura en el contexto actual de transición social, ambiental, política y cultural del siglo XXI. El capítulo 2 está dedicado a la innovación social y empresa social y a la relación entre ambas. Por su parte, el capítulo 3 analiza la cultura como ámbito para la innovación social y la empresa social. Por último, el capítulo 4, se refiere a la difusión de las innovaciones sociales, resaltando la adaptación de las empresas sociales y las posibilidades de replicarse en otros territorios.

Una vez formulado el marco teórico de la investigación, se pasa a la parte práctica, centrada en el estudio de caso de la cooperativa internacional Smart Coop., una empresa social que se inició en 1998 en Bélgica para agrupar a los artistas y asesorarles y apoyarles en su actividad. Desde entonces, se ha trasladado a nueve países y reúne a más de 95.000 miembros trabajadores

en el sector cultural bajo el mismo paraguas cooperativo. Ello ha permitido unas profundas transformaciones en el sector cultural y artístico, basadas en el “empoderamiento e inclusión (en la sociedad) de los actores implicados, con el propósito de llevar a cabo soluciones creativas para ayudar a la organización a adaptarse a nuevos contextos y condiciones”. Es decir, la organización se preocupa de los artistas y de exportar su modelo de negocio para incrementar la creación de valor social. Para ello, ha sido fundamental la colaboración con el sector público, incluso dando lugar a la creación de nuevos marcos legislativos.

Comenzando con el caso de la cooperativa matriz en Bélgica, el capítulo 5 se centra en exponer la experiencia y pasos seguidos por Smartbe y la plataforma Europea Smarteu derivada a raíz de la primera. Asimismo, se realiza un análisis estadístico para valorar las estrategias seguidas. A continuación, en el capítulo 6 se contextualiza el sector cultural, la sociedad civil, las empresas sociales y el tercer sector de Austria, España y Hungría, para luego, en el capítulo 7, explicar la llegada y desarrollo de Smart en cada uno de estos países. Finalmente, en el capítulo 8 se exponen las principales conclusiones extraídas a partir del modelo empresarial de Smart y, en función de las mismas, se plantean varias recomendaciones en base a esta experiencia tanto para profesionales como para responsables políticos relacionados con el sector artístico y cultural.

En definitiva, este volumen trata, en palabras de la propia autora, “de moverse hacia una ciencia post-normal”, la cual implica extender el conocimiento ordinario y disciplinario de la ciencia normal para hacer frente al mundo complejo al que nos enfrentamos, dando voz a los actores que se encuentran silenciados ante las incertidumbres que les acechan. Si quieren saber más sobre cómo desarrollar esta ciencia post-normal a través de un ejemplo más que didáctico; o, sencillamente, quieren conocer la importancia de la colaboración a la hora de actuar para incidir sobre nuestro devenir más cercano, les recomiendo no dejen de leer esta obra.

Carmen Guzmán
Universidad de Sevilla

