

## Cultura. El camino recto al desarrollo\*<sup>1</sup>

Pau Rausell Köster  
Econcult. Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local  
Universitat de València

### Introducción

En los últimos 5 o 6 años están apareciendo un incontable número de publicaciones académicas, informes y estadísticas de organismos europeos e Internacionales que hablan sobre el papel de la innovación, la cultura o la creatividad en los procesos de desarrollo. La UNCTAD nos informa que “un nuevo paradigma de desarrollo está surgiendo de que los vínculos de la economía y la cultura, que abarca aspectos económicos, culturales, tecnológicos y sociales del desarrollo, tanto a niveles macro y micro”<sup>2</sup>, la UE nos reporta<sup>3</sup> que las Industrias Culturales y Creativas contribuyen a reforzar las economías locales en declive así como a la aparición de nuevas actividades económicas, creando nuevos empleos sostenibles y reforzando el atractivo de las regiones y las ciudades de Europa. También la OCDE insiste en el papel de las industrias culturales y creativas como palanca para el desarrollo social y personal. Dichas industrias generan crecimiento económico y constituyen el núcleo esencial en la definición de la definir la “competitividad glocal”<sup>4</sup>. Y este fenómeno tampoco es específico del mundo europeo y occidental, sino que se trata de un discurso que ha calado en distintos espacios geográficos. La Organización de Estados Iberoamericanos en su Carta Cultural destaca *el valor estratégico que tiene la cultura en la economía y su contribución fundamental al desarrollo económico, social y sustentable de la región*,<sup>5</sup> y el Foro Mundial de Ciudades y Gobiernos Locales Unidos en su Agenda 21 de la Cultura, aprobada en 2004, enfatizan que aunque no hay que percibir a los bienes y servicios culturales meramente como mercancías, “es necesario destacar la importancia de la cultura como factor de generación de riqueza y desarrollo económico.”<sup>6</sup>

Esta ebullición evidencia, en primer lugar, que tanto la comunidad del conocimiento, desde la Academia hasta los *think-thanks*, así como los policy-makers, están percibiendo una creciente centralidad de la cultura en los procesos de desarrollo, y en segundo lugar, cabe destacar que esta multiplicidad de enfoques está constituyendo, no sin dificultades<sup>7</sup>, cierto consenso sobre los conceptos. Si bien cultura, innovación, creatividad y conocimiento se convierten en palabras

---

<sup>1\*</sup> Este texto con algunas variaciones ha sido incorporado, en lengua francesa, dentro de los textos de referencia del proyecto europeo *Toolquitz*

<sup>2</sup> UNCTAD (2010): *Creative Economy Report 2010*.

<sup>3</sup> COMISIÓN EUROPEA (2010): LIBRO VERDE. Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas

<sup>4</sup> OCDE(2005): *Culture and Local Development*

<sup>5</sup> OEI (2006): *Carta Cultural Iberoamericana*

<sup>6</sup> UNITED CITIES AND LOCAL GOVERNMENTS (2004): *Agenda 21 de la Cultura*

<sup>7</sup> Una de las principales disputas se plantea alrededor del alcance de la consolidación del concepto de **industrias creativas**, frente al concepto de **industrias culturales**, que para algunos autores incorpora un sesgo liberal y “de mercado”. Garnham, N. (2011). Según Gaëtan Tremblay “*la amalgama de las industrias culturales y de las industrias creativas encierra un peligro potencial: la disolución de la especificidad de las industrias culturales y el debilitamiento del argumento a favor de la intervención de los poderes públicos*”

clave, aún nos queda bastante camino por recorrer para entender todas las líneas de relaciones y causalidades entre dichos conceptos y el desarrollo.

Así, por encima de las discusiones sobre la definición de las industrias creativas y de los comportamientos diversos de cada uno de los sectores, la literatura científica ha insistido con en las relaciones entre cultura y desarrollo. Desde la afirmaciones más genéricas de Amartya Sen (1999), pasando por la exitosa fórmula del “cuarto pilar del desarrollo sostenible” de Jon Hawkes (2001), hasta las descripciones con concepciones más micro-económicas sobre las ciudades de Florida (2002), se va conformando cierto consenso alrededor del hecho de que la dimensión simbólica de un territorio y cómo se desenvuelven en el las actividades culturales y creativas afectan a la estructura socio-económica del mismo y su competitividad mucho más allá de los aspectos ornamentales de la actividad cultural. Sin embargo, las formulaciones finalmente vienen a ser excesivamente vagas<sup>8</sup>, y la cultura aparece como variable contextual que lo envuelve todo pero donde es difícil precisar la causalidad de las relaciones (Rausell et al., 2007). Incluso hay autores que ponen muy en duda la relación entre economía creativa y desarrollo<sup>9</sup>.

Sólo muy recientemente se está desarrollando un corpus teórico que trata de aproximarse con más precisión (Sacco, P.L, 2009; Florida et al., 2010, Hervás-Oliver el allí., 2011) a la “caja negra” que conecta las actividades culturales y creativas con la competitividad y el resultado económico de un territorio. Las últimas aportaciones concentran el interés en el papel que las industrias creativas y culturales cumplen en el nivel de renta de las regiones (Hervas-Oliver et al., 2011), llegando a la conclusión de que las industrias creativas son el factor explicativo más relevante para explicar la riqueza de una región. También otros autores enfatizan sobre el amplio rango de efectos de la presencia de los sectores creativos (Baum et al., 2009). Aún constatando que se va construyendo con rapidez una línea argumental que conecta creatividad y riqueza, aún quedan muchas aristas por resolver. Precisamente, por ellos el presente trabajo pretende clarificar algunos de estas relaciones.

## **Del desarrollo al desarrollo sostenible.**

Hasta hace prácticamente cuatro décadas, el concepto de desarrollo estaba limitado al vector del crecimiento económico. El “productivismo” como estrategia de desarrollo consistió en tratar de maximizar la producción en términos cuantitativos. Pero la tecnología resulto ser menos milagrosa que lo que se auguraba. Pronto, se evidenciaron las restricciones que imponen tanto en los recursos naturales como de los riesgos medioambientales. En la década de los 80 se intensifica el uso del concepto de “desarrollo sostenible” que básicamente consistió en enfocar el concepto de desarrollo hacia aquellos procesos socioeconómicos que permiten satisfacer las necesidades de las generaciones presentes, sin comprometer la capacidades de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. El avance en esta aproximación es que a partir

---

<sup>8</sup> “In general, the comparative mezzoeconomic techniques these researchers employ are descriptive exercises or correlations that do not build or test causal models of the contribution of culture to development.” (Markusen y Gadwa, 2010).

<sup>9</sup> “the creative class model is just as likely as the others to fail to develop specific policies that will lead to the desired end of economic prosperity. We believe that promoting tolerance for diversity is inherently a good thing. Public investments aimed at encouraging interest in arts and cultural activities are also likely to be looked on favorably, but neither of these approaches would seem to be inexorably tied to economic growth.” (Reese y Sands, 2008).

de ese momento, el conjunto de necesidades que ha de satisfacer un concreto proceso de desarrollo será el resultado de un proceso de construcción social... que precisamente tiene que ver con la dimensión cultural de una comunidad. Es esta dimensión la que es capaz de explicar los sueños, los deseos i los anhelos colectivos. La aportación de Amartya Sen con su *Development as freedom* define el desarrollo como aquel proceso que amplía los grados de libertad de los individuos y mejora su autonomía a través de la mejora de sus capacidades. Otro autor, Jon Howkes sitúa precisamente a la cultura como el cuarto pilar del desarrollo sostenible, junto con la dimensión social, económica y ambiental. Se puede hablar por tanto de un “giro cultural” de la definición de desarrollo

El salto hacia la dimensión cultural en la definición de las necesidades de una comunidad, tiene sin embargo un camino de vuelta hacia el campo económico, ya que como reconoce el propio Consejo de Europa, cultura y la creatividad están íntimamente relacionados. La creatividad está en el origen de la cultura que a su vez crea un entorno que permite el florecimiento de la creatividad; y la creatividad, a su vez, está en el origen de la innovación - entendida como una explotación exitosa de nuevas ideas, expresiones y formas, y como un proceso que desarrolla nuevos productos, nuevos servicios y nuevas formas de empresas en funcionamiento o nuevas formas de responder a las necesidades sociales. La creatividad es por lo tanto de gran importancia para la capacidad innovadora de los ciudadanos, así como a organizaciones, empresas y sociedades. La cultura, la creatividad y la innovación son vitales para la competitividad y el desarrollo de nuestras economías y nuestras sociedades, y son tanto más importante en tiempos de cambios rápidos y serios problemas.

Huyendo pues, del limitado concepto económico del desarrollo llegamos a la cultura, que finalmente nos desvela su capacidad para activar, a través de la innovación, de procesos de crecimiento económico.

## **Una visión sistémica del papel de la cultura en los procesos de desarrollo**

### **El origen. La ampliación de las necesidades y derechos culturales.**

Los humanos, de manera universal, mostramos nuestra necesidad de expresarnos simbólicamente, compartir valores y creencias y participar en la vida cultural colectiva. La institucionalización de esta necesidad inherentemente humana es la formulación de los derechos culturales y es la materialización de estos derechos el origen de la querencia a exponernos a experiencias culturales. En las sociedades occidentales esto se realiza en distintos ámbitos, desde el individual, -como escribir poemas para uno mismo-, hasta el social –como participar en un coro de una asociación cultural- y el de mercado – comprar un libro. El hecho cierto que podemos constatar en las últimas décadas es que la dimensión de los espacios en los que realizamos intercambios de experiencias culturales se han ampliado. El “mercado de la cultura” es hoy más grande que hace 20 años y la proporción del mercado de la cultura sobre el total del conjunto de intercambios de mercado es también mayor. Hay tanto razones de demanda, sobre las que no vamos a extendernos, pero que básicamente se refieren a la ampliación de los niveles de formación y renta de los ciudadanos europeos de los últimas décadas, pero también de oferta debido al fuerte shock tecnológico que ha supuesto en la reducción de costes de creación, producción, distribución y consumo, la aparición de Internet y al digitalización.

### **Los efectos sobre la consideración del trabajo.**

La ampliación de la mercantilización de la cultura pone de manifiesto que el valor añadido se concentra cada vez más ligado al contenido simbólico de los bienes y servicios y cada vez

menos con el funcional. El elemento central de la competitividad se desplaza hacia la capacidad creativa, y la creatividad es más un atributo de los individuos que de las organizaciones. En consecuencia encontramos el potencial de crecimiento de las organizaciones en la capacidad creativa de su mano de obra. Este hecho, en cierta manera significa una re-humanización de la producción, ya que el factor trabajo ya no es sólo un factor de producción indiferenciado. Alrededor de este proceso se plantean los modelos de la aparición de la “clase creativa” y conformando en el campo cultural un mercado de trabajo mucho más contradictorio y diverso que el tradicional. Estamos hablando de un mercado de trabajo mucho más líquido del tradicional, con ocupados con niveles elevados de cualificación y donde aparecen experiencias liberadoras de flexibilidad laboral y trabajos por proyectos que pueden incentivar la capacidad de crear e innovar, pero también modelos de autoexplotación y precarización extrema. En este espacio líquido se difuminan las diferencias entre el espacio personal y el espacio laboral confundándose éste con cierto estilo de vida. La relevancia de los trabajadores de las ICC no sólo deriva de su papel como capital humano en la función de producción, sino también porque este mismo grupo conforma el conjunto de la demanda solvente para bienes y servicios innovadores, creativos y vinculados a la cultura, así como el conjunto de individuos que conforma el activismo socioeconómico y político. Es por ello que la dimensión de esta demanda constituye la masa crítica necesaria para articular mercados proclives a la transformación y el cambio, no sólo en el ámbito de nuevos productos sino también en innovaciones sociales y políticas.

También desde los modelos de las organizaciones económicas refuerza el concepto de la gestión de los recursos humanos y la información. Las organizaciones culturales; a) encuentran oportunidades de negocio de fuentes distintas a otras nuevas empresas (no culturales), b) utilizan más intensamente las nuevas tecnologías y c) son más innovadoras que el conjunto de las empresas. Las organizaciones aumentan su flexibilidad, definen modelos informales de relaciones y adquiere relevancia la dimensión relacionada con el emprendimiento, el autoempleo. Las competencias devienen esenciales y aparecen nuevas habilidades personales relacionadas con la innovación como son la capacidad de ser crítico con los demás y consigo mismo, la habilidad de encontrar nuevas soluciones, la capacidad de moverse en entornos tecnológicos y multiculturales... Todas estas nuevas y cambiantes competencias plantean la necesidad de modelos de aprendizaje continuo.

### **Los efectos sobre el crecimiento económico.**

Numerosas investigaciones recientes desde el campo de la economía y el desarrollo regional vienen aportando evidencias crecientes de que las actividades creativas y culturales son mucho más importantes en las explicaciones de la riqueza de las regiones que lo que habíamos supuesto hasta ahora. Ya sabíamos que la cultura incrementa la competitividad de sectores maduros como el turismo o mejora la productividad de actividades manufactureras tradicionales como el textil, el mueble o los complementos de hogar. Lo que resulta más sorprendente es la elevada correlación entre la riqueza de las regiones europeas y especialización en las actividades culturales y creativas. Algunos autores incluso señalan que la especialización en servicios creativos es la variable más importante para explicar el nivel de renta per cápita de una región. Incluso llegan a cuantificar el efecto en términos monetarios, De hecho, la variable que tiene la mayor importancia en el ingreso por habitante de las regiones europeas es el porcentaje de trabajadores en las industrias creativas. Cada aumento de 1% en la participación de las industrias creativas en el empleo regional se correlaciona con un aumento del 0,6% del PIB per cápita, es decir, un aumento promedio de €1.424

Una creciente literatura está desbrozando las complejas relaciones entre la cultura y el desarrollo territorial de manera que va adquiriendo nitidez un proceso del que la investigación socioeconómica ha mostrado muchas intuiciones teóricas pero escasas evidencias empíricas. Lo que resulta evidente es que el contenido simbólico y creativo de una comunidad, especialmente en Europa, ya no representa exclusivamente su dimensión cosmética sino que de alguna manera contiene los pilares centrales de la frontera de posibilidades de su competitividad. La vías de la causalidad son complejas y contienen tanto impactos directos derivados de la mayor flexibilidad de las relaciones laborales en el sector de la cultura, la adopción más rápida de la innovación o la mayor productividad de dicho sector, pero intuimos que también reflejan alteraciones profundas de cambios del modelo productivo a través del papel transformador de la cultura como factor de innovación económica y social. Dado que se trata de un fenómeno muy complejo, ya que el “capital cultural” afecta tanto a las condiciones y las características de la demanda y su disponibilidad a pagar, como a las capacidades de la oferta por la posibilidad de transformarse a través de la interiorización de la creatividad y la innovación, las conclusiones hasta ahora nos aparecen enmarañadas y posibilitan distintas líneas interpretativas.

### **La relevancia del espacio**

Una de las características esenciales de la producción simbólica es que los atributos del espacio son de alguna manera integrados en la producción de bienes y servicios creativos, como de la moda en París en el teatro en Londres, la música en Nashville o la cerámica en Caltagirone. Las actividades culturales y creativas son particularmente sensibles a la agrupación, y la “distritualización”. El espacio no es solamente un referente geográfico de los recursos culturales, sean estos materiales o inmateriales sino que se convierte en un recurso en sí mismo. Un distrito cultural de componente creativo es aquel en el que la creatividad es un input relevante en procesos de creación de bienes y servicios simbólicos y cuya producción, y distribución se completa a través de un tejido empresarial constituido por pequeñas y medianas empresas, cuyo emprendimiento se origina por desgajamiento de “operarios ambiciosos” y en muchos casos con relaciones comunes y modelos similares de funcionamiento y organización del trabajo. También implican elevada especialización y continua innovación, combinada con modelos flexibles de relaciones laborales y figuras profesionales diversas. Otro de los requisitos para su consideración como distrito cultural es que los flujos de información y de transmisión del conocimiento sean muy densos. Requiere de bajos costes de transacción en los procesos de transmisión de información “erga intra”, difusión informal del *Know how* y existencia de un conjunto de conocimientos tácitos. También implica la existencia de espacios formales e informales de relaciones entre los agentes, donde se supone se establecen procesos de “fertilización cruzadas” entre distintos agentes y distintos proyectos.

Es especialmente relevante esta última consideración ya que las ciudades se han revelado, desde la Atenas de Pericles, Florencia, París o Nueva York en términos históricos, como crisoles adecuados para la conexión entre los creadores artísticos. Sin embargo desde los tamaños humanos que permiten el contacto frecuente y casual de los ciudadanos (hasta 50.000 habitantes?) a la aparición de los barrios bohemios asociados a los agentes culturales de las grandes metrópolis la concentración en el espacio parece que se convierte en un elemento esencial para generar procesos de “eclosión creativa”.

### **Nuevos valores sobre el espacio socioeconómico.**

Pero quizás el elemento más relevante a considerar sea la capacidad del campo cultural de exportar valores al resto de la realidad socioeconómica. La racionalidad instrumental basada en la maximización de los beneficios nos ha llevado al callejón sin salida de la derrota financiera y

económica y por tanto hay un replanteamiento ético de las necesidades de los individuos, que están ligadas a la voluntad de participar, comunicar, compartir, deliberar, expresar. El campo cultural está externalizando valores que calan en el conjunto del espacio socioeconómico y con la crisis comprobamos que se adecuan mucho mejor al concepto de desarrollo sostenible. Responden a una nueva jerarquía que incluye aspectos como el deseo expreso de la innovación, el consumo relacional (versus el transaccional) y el intercambio libre, el pensamiento crítico, el desarrollo personal, la solidaridad, la cooperación, el trabajo en red, el valor de la diversidad y la belleza, la participación, la importancia de la dimensión lúdica y vital en comparación con un beneficio puramente económico. Es decir los vectores que guían las acciones de la creatividad no son la racionalidad puramente instrumental sino que operan valores expresivos, de intercambio, de beneficio mutuo.

Estos nuevos valores que se expanden desde el campo cultural al través del espacio social pero también a partir de una nueva ética que irradia desde movimientos sociales articulados a través de Internet. Desde el copy left a el procomún dibujan un nuevo universo de valores que afectan al espacio económico y al espacio social

#### **A modo de conclusiones.**

Obviamente la cultura es un recurso. Un recurso de poder. David Anisi decía que si uno elegía remar en galeras lo hará o porque le pagan unos buenos euros por ello, o por que le fuerzan los restallidos del látigo o porque le convencen de que está haciendo lo adecuado. La tercera manifestación es el poder de la cultura. Y naturalmente cualquier actor individual o colectivo que sea capaz de controlar ese poder, de acuerdo cierta constante muy humana, lo ejercerá en beneficio propio. La cultura sirve para legitimar el sistema capitalista, para sustentar supercherías que se convierten en instrumentos de dominación y alienación, como hemos visto con religiones y regímenes políticos. La cultura sirve para vender, maquillar y redimir. La cultura sirve para dominar, someter y segregar e incluso para alentar los mayores crímenes de la humanidad. Pero al contrario de otros paranoicos de la conspiración de la cultura que sólo perciben nuevos y más giros neoliberales, nosotros entendemos también la cultura como una herramienta al modo de Sen que puede ampliar nuestros grados de libertad y que corresponde a la necesidades inherentemente humanas individuales y colectivas de expresarse, sentir, compartir, emocionarse, comunicar, participar, pertenecer, diferenciarse. En este sentido la distribución del poder de la cultura es más democrática que en el caso de otros poderes que se acumulan y amplían, ya que depende de algunos atributos como el talento, la creatividad, las emociones, las capacidades de comunicar y convencer. Es por ello que el origen de toda intervención pública en el ámbito de la asignación de recursos para proveer mayores niveles de bienes y servicios culturales esta justificada para la consecución de los así institucionalizados derechos culturales y por la función redistributiva de las capacidades para generar poder cultural. Este debe ser el origen primigenio de toda política cultural y justifica por sí mismo la intervención activa del Estado en la provisión de cultura. Esto no quiere decir que cualquier intervención del Estado sea legítima ni que las intervenciones sólo puedan perseguir la consecución de otros justificados objetivos colectivos como son el crecimiento económico u otros objetivos sociales como la promoción de la diversidad, la redistribución de la riqueza, la igualdad de género o la lucha contra cualquier forma de exclusión social y económica.

El mercado, como mecanismo de distribución de información a través de los precios y de recompensa para los productores, es un instrumento indispensable para satisfacer los derechos culturales de la ciudadanía, tanto desde la perspectiva de la oferta como de la demanda. La ampliación de las dimensiones de los mercados culturales y la mercantilización de experiencias

culturales de las últimas décadas y especialmente la ampliación de los espacios de intercambio a partir de la revolución tecnológica de la digitalización e Internet han ampliado en una escala sin precedentes nuestros grados de libertad. Sin embargo es preciso reconocer que los bienes y servicios culturales difícilmente puede considerarse como simples mercancías. Los símbolos son receptáculos de sentidos y significados y éstos afectan a nuestras creencias, valores, sentimientos y emociones y lo que es más importante nuestros comportamientos. La mercantilización de la cultura significa poner en riesgo esos valores intrínsecos que no se interiorizan a través del precio de intercambio, así como someterse a ciertas dinámicas homogeneizadoras y banalizantes. Pero también, dado que se cumplen muchas otras funcionalidades sociales y individuales, por razones estructurales el arte, la creatividad y la cultura tienen dificultades para comportarse como mercancías normales. Los mercados de la cultura, serán siempre mercados distorsionados en sentido económico y la señal de sus precios no sólo el reflejo de la escaseces relativas sino también de más o menos explícitas relaciones de poder. Pero la crítica de las dinámicas cultura no puede ser una denuncia genérica y vacua y más o menos fariséica que alude a una cultura sometida a los dictados de malignas corporaciones multinacionales. Y esto no cambia por utilizar el término de industrias “culturales” o “creativas”

Hay que profundizar con mayor rigor en el análisis de las relaciones entre el individuo y el hecho cultural y entender las complejas relaciones ente la cultura y el desarrollo. Y ahí, hay que invocar con más ahínco la atención de las ciencias humanas y sociales y convocar a que las Universidades como nodos generadores de conocimiento, nos aporten teorías, modelos y contrastes empíricos que nos doten de mayor control sobre las relaciones causales entre cultura y sociedad. Ese conocimiento debe liberarnos del secuestro al que hemos estado sometidos en Europa por parte de un “colegio invisible” sorprendentemente lúcido cuando el resto de los ciudadanos resultábamos sometidos a la manipulación de las industrias culturales que reproducían el capitalismo hegemónico. Este “colegio invisible” ha utilizado argumentaciones hermeneúticas y tautológicas para la orientación de recursos colectivos hacia agentes culturales, bajo el beneplácito de una sociedad que compartía una visión acrítica y “buonista” de la cultura y a una clase política acomplejada frente a la superioridad moral de la cultura. Este desvío ha escondido la tremenda ineficacia de la mayoría de las políticas culturales, su sangrante ineficiencia y los que es mucho más grave desde el punto de vista ideológico, una escandalosa regresividad fiscal

Lo que hoy sabemos es que la concentración de actividades culturales y creativas en un determinado territorio cambia la lógica y el funcionamiento de sus dinámicas económicas de una manera más profunda y compleja de lo que habíamos supuesto hasta ahora. Sabemos que el territorio deja de ser neutral y conforma un recurso más, que contiene valores y significados. Sabemos también que la centralidad de la creatividad y la innovación está cambiando el papel de las organizaciones económicas y los modelos de gestión de los recursos humanos y sabemos que alrededor de este hecho se conforma un mercado de trabajo líquido que combina tendencias liberadoras para el trabajo humano y que posibilitan experiencias de desarrollo personal enriquecedoras así como realidades que tienden hacia la precarización extrema y la autoexplotación. Y lo más importante es que el campo cultural exporta hacia el resto de los campos socioeconómicos un conjunto de valores que implican un replanteamiento ético y que encajan mejor con el concepto de desarrollo sostenible. La cultura es un factor indiscutible que nutre la innovación económica y social

Pero ninguna de estas dinámicas es autónoma de nuestras acciones y decisiones individuales o colectivas. El conocimiento que vamos adquiriendo sobre las relaciones entre comunidad y

cultura, junto con mayores niveles de gobernanza nos debería permitir incrementar el control social de dichas procesos para tratar de maximizar los empujes de la cultura hacia modelos de desarrollo que amplíen nuestro grados de libertad, ya sea a través de la satisfacción de nuestros derechos culturales, el crecimiento económico o la obtención de otros objetivos sociales, y tratar de limitar o controlar los riesgos que suponen las lógicas de los mercados, de los grupos de interés, de las inercias o de la simple incompetencia e ignorancia. Hay que superar *clichés* sobre la bondad genérica de la cultura, pero también liberarse de coletillas paranoicas sobre la conspiración de las corporaciones y las lógicas de la globalización.

Pero lo que no nos plantea ninguna duda es que la cultura amplia potencialmente la frontera de posibilidades de nuestro futuro. En este momento, en Europa, no aprovechar con inteligencia esta circunstancia sería una irresponsabilidad.



## Bibliografía:

ANISI, D. (1992): *Jerarquía, Mercado y Valores. Un reflexión económica sobre el poder*. Alianza Editorial. Madrid

GARNHAM, N. (2011): “*De las Industrias culturales a las creativas. Análisis de las implicaciones en el Reino Unido*”. En Bustamante, E. (2011): *Industrias Creativas. Amenazas sobre la cultura digital*. Edit. Gedisa. Barcelona

HAWKES, J. (2001): *The Fourth pillar of Sustainability: Culture’s Essential Role in Public Planning*. Vic-Cultural Development Network. Australia.

HERVAS-OLIVER, J.L., BOIX, R., DE MIGUEL MOLINA, B., DE MIGUEL MOLINA, M. (2011): “The Importance of Creative Industry Agglomerations in Explaining the Wealth of European Regions”. DRUID 2011 INNOVATION, STRATEGY, and STRUCTURE -

MARKUSEN A., GADWA, A. (2010): “Arts and Culture in Urban or Regional Planning: A Review and Research Agenda”. *Journal of Planning Education and Research* 29(3), pp.379-391.

POTTS, J., CUNNINGHAM, S. (2010): “Four Models of the Creative Industries”. *Revue d’Économie Politique*. 120(1), pp 163-180.

RAUSELL, P., ABELEDO, R., CARRASCO, S, MARTINEZ, J. (2007): *Cultura: estrategia para el desarrollo local*. Agencia Española de Cooperación Internacional al Desarrollo, Madrid.

REESE, L.A., SAND G.(2008): “Creative Class and Economic Prosperity: Old Nostrums, Better Packaging?”. *Economic Development Quarterly*. 22(3), pp 3-7.

SACCO, P.L., SEGRE, G. (2009): “Creativity, Cultural Investment and Local Development: A New theoretical Framework for Endogeneous Growth” en Fratessi, U. and Senn L., *Growth and innovation in Competitive Regions- The Role of Internal and External Connections*. Springer Verlag, Berlin

SEN A. (1999): *Development as Freedom.*: Oxford University Press.

TREMBLAY, G. (2011): “Desde la teoría de las industrias culturales. Evaluación crítica de la economía de la creatividad”. En Bustamante, E. (2011): *Industrias Creativas. Amenazas sobre la cultura digital*. Edit. Gedisa. Barcelona.