Investigaciones Regionales
ISSN: 1695-7253
investig.regionales@uah.es
Asociación Española de Ciencia Regional
España

Herrero Prieto, Luis César
La contribución de la cultura y las artes al desarrollo económico regional
Investigaciones Regionales, núm. 19, 2011, pp. 177-202
Asociación Española de Ciencia Regional
Madrid, España

Disponible en: http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=28918214010

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

Sistema de Información Científica
Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

© *Investigaciones Regionales. 19 – Páginas 177 a 202*
Sección PANORAMA Y DEBATES

Investigaciones Regionales

La contribución de la cultura y las artes al desarrollo económico regional

Luis César Herrero Prieto *

RESUMEN: El presente artículo expone los principales determinantes que se producen entre la cultura, entendida como una manifestación artística, y el desarrollo económico regional, en un doble sentido: por un lado, cuáles son los impactos de las actividades culturales sobre el desarrollo económico de un enclave o un territorio a corto y a largo plazo; y, por otro y no menos importante, cómo influye el crecimiento económico en la evolución y transformación del sector cultural. Se analiza también la lógica espacial de las actividades culturales y artísticas, que irremediablemente es hacia la concentración, por mucho que entendamos que el talento o el patrimonio cultural estén inicialmente equidistribuidos. Todos estos análisis se enmarcan en el ámbito de la economía de la cultura, cuya delimitación analítica como disciplina científica se aborda al inicio del artículo.

Clasificación JEL: Z11, R11, O18, L82.

Palabras clave: economía de la cultura, economía regional, desarrollo económico, estudios sectoriales: ocio.

The contribution of culture and the arts to regional economic development

ABSTRACT: The current paper sets out the main determinants to emerge between culture, perceived as an art form, and regional economic development, in a two-fold sense: on the one hand, the impact of cultural activities on the economic development of an area in the short and long term, and on the other, no less important, how economic growth impacts development and changes in the cultural sector. We also explore the spatial logic of cultural and artistic activities, which are inevitably converging, however much we may consider that talent or cultural heritage are in principle equally distributed. All of these analyses are framed within the sphere of cultural economics, the analytical borders of which as a scientific discipline are dealt with at the beginning of the paper.

* Universidad de Valladolid. Departamento de Economía Aplicada. Dirección de contacto: Grupo de Investigación Reconocido en Economía de la Cultura; E.U. Estudios Empresariales. Paseo Prado de la Magdalena s/n; 7005 Valladolid. Tel.: +34 983 423 577 Fax: +34 983 423 056; Email: herrero@emp.uva.es.

Recibido: 24 de noviembre de 2009 / Aceptado: 06 de mayo de 2010.

JEL Classification: Z11, R11, O18, L82.

Keywords: cultural economics, regional economics, economic development, entertainment.

1. Introducción: ámbito analítico de la economía de la cultura

En los últimos años han proliferado un número importante de estudios que abordan y analizan el modo en que la cultura y el arte influyen sobre el desarrollo económico. La mayoría de ellos responden a la ambición de encontrar nuevas oportunidades para el crecimiento y diversificación de la estructura productiva de las economías locales o regionales; y respaldan su intención en el éxito de un volumen considerable de experiencias que ha utilizado el factor cultural como resorte de cambio, asociado la mayor parte de las veces al impulso del turismo y la creación cultural. El contexto es favorable, ya que la cultura ha pasado de ser un placer diletante y minoritario, a constituir un nuevo perfil de consumo y un empleo del ocio cada vez más demandado; y, desde esta perspectiva, forma parte de los flujos de renta y actividad de un sistema económico. De esta manera, si la cultura siempre se ha entendido como una manifestación del cultivo intelectual y estético de un individuo o de un grupo social, en la actualidad, cual dos caras de una misma moneda, lleva acoplada nuevas exigencias funcionales, ligadas básicamente a su capacidad de generación de riqueza, de cambio urbano y de cohesión social (Delgado, 2000). Quizás el caso de las Capitales Europeas de la Cultura constituya el ejemplo más refinado de este nuevo sentido, pues las expectativas de transformación y cambio que se generan sobre la ciudad, desbordan ampliamente los objetivos estrictamente culturales y, con seguridad, la razón originaria de esta iniciativa.

Mientras se produce este interés inusitado sobre los efectos y la dimensión del sector cultural, la economía de la cultura como nueva demarcación analítica ha ido consolidando su reconocimiento académico y científico, a la vez que está demostrando ser un terreno excelente para el razonamiento teórico y la verificación empírica acerca del comportamiento del hombre y las instituciones respecto de la cultura presente y acumulada. Cabe precisar, entonces, cuál es la delimitación del campo de trabajo de esta nueva disciplina, que si tomamos como referente la línea editorial del *Journal of Cultural Economics* —principal revista internacional especializada en este campo—, nos referimos a «la aplicación del análisis económico a todas las artes creativas y escénicas, al patrimonio y las industrias culturales, sean provistas de forma pública o privada; examinando también la organización económica del sector cultural y el comportamiento de productores, consumidores y gobiernos en este campo».

Probablemente, el término genérico «economía de la cultura» constituye un enunciado no demasiado certero, ya que la noción de cultura puede abarcar también los hechos, formas de vida, tradiciones y conductas que caracterizan la idiosincrasia de una sociedad o un colectivo, y pueden no tener un respaldo estético o creativo, pero sí implicaciones económicas. Por esta razón se justifica que la taxonomía del *Journal*

of Economic Literature (JEL) ha ido desgranando la categoría inicialmente asignada a estos estudios (Z1, *«cultural economics»*) en distintos apartados, de manera que el contenido de lo que a nosotros nos compete se corresponde particularmente con el epígrafe Z11 *«Economics of the Arts and Literature»* [1], aunque la acepción más aceptada y extendida sea la primera de todas, es decir, economía de la cultura.

Desde esta perspectiva temática, esta línea de trabajo se perfila como un campo reconocible y en expansión dentro de la ciencia económica, conformando lo que podríamos denominar una categoría más de la economía aplicada, con fuerte fundamentación teórica y amplias posibilidades de contraste empírico en terrenos muy desafiantes para el campo del estudio tradicional de la economía. Este incremento del interés científico es perceptible también en el ámbito académico español (véase Herrero, 2009), pues el ritmo de la producción científica sobre este tema se ha incrementado de forma sobresaliente en los últimos diez años, con una visibilidad internacional apreciable, tanto por la presencia en revistas científicas acreditadas, como por la participación en congresos del ramo, particularmente los de la *Association for Cultural Economics International* (ACEI) [2].

Son numerosas las acotaciones temáticas de esta disciplina (Throsby, 1994; Blaug, 2001; Towse, 2003; Ginsburg y Throsby, 2006), pero una de las más básicas puede ser de orden temático, es decir, la que se corresponde con el análisis de los tres grandes objetos característicos de esta materia, las artes escénicas, el patrimonio cultural y las industrias culturales. Todos estos elementos están cosidos por un mismo hilo conductor, la esencia de inteligencia, belleza o valor simbólico, pero también son radicalmente diferentes en su naturaleza y tratamiento: las artes escénicas y musicales constituyen un espectáculo en vivo que se agota en el mismo momento en el que se interpretan; el patrimonio cultural es un recurso único, irrepetible, pero sometido a condiciones de sostenibilidad; y las industrias culturales, consisten en la mercantilización de obras culturales reproducibles.

Otra demarcación puede ser de tipo metodológico, y de esta forma podemos distinguir, en primer lugar, una aproximación de economía positiva, que se centra en el análisis de la naturaleza de los bienes culturales, los problemas de asignación de valor y precios, el comportamiento de los individuos y sus formas de expresión en la oferta y demanda de cultura y, finalmente, el funcionamiento y organización de los mercados culturales. Por otro lado, y desde una perspectiva de economía normativa, se contempla la evaluación de las asignaciones de recursos y la elección pública, así como la medición de flujos y dimensión del sector cultural y, consecuentemente, las implicaciones que ello tiene sobre el desarrollo económico y la economía espacial.

---

[1] Las otras categorías de este apartado son Z12, *Religion*; y Z13, *Economic Sociologic*. *Economic Anthropology*, donde tienen cabida estudios relacionados con la estimación del capital social y el análisis económico de determinadas conductas colectivas, entre otros.

[2] La proporción de autores y trabajos de origen español se ha multiplicado por cinco y por tres respectivamente en los últimos catorce años de presencia española (desde Boston 1996 a Boston 2008), y representan alrededor del 10% de la participación en cada uno de los congresos. Esta proporción puede ser estimativa de la dimensión comparada de la producción científica española en economía de la cultura a nivel internacional.

A este último propósito responde la finalidad de este artículo y, por tanto, nos vamos a ceñir a un campo específico de la investigación en economía de la cultura, como es la consideración del arte y la cultura como factores determinantes del crecimiento económico y del progreso humano en general. De este modo y con esta premisa, el trabajo se estructura en seis epígrafes: después de esta introducción y un marco conceptual sobre la delimitación del sector cultural y su participación en la función de producción de una sociedad, se abordan las relaciones entre cultura y desarrollo económico en un doble sentido: por un lado, el examen de los impactos a corto y largo plazo de las actividades culturales en la economía; y, por otro y no menos importante, la influencia que tiene el propio crecimiento económico sobre la evolución y cambios del sector cultural. Posteriormente, se aborda la lógica espacial de las actividades culturales y sus consecuencias sobre las disparidades económicas territoriales, para cerrar con un apartado final de conclusiones.

2. Cultura y desarrollo económico: marco conceptual

Como premisa inicial, la definición y composición del sector cultural no es una cuestión resuelta, pues la clasificación de actividades es heterogénea entre países e instituciones relacionadas, y muchas veces depende también de la fuente de consulta. Sin embargo, existe un consenso más o menos generalizado en considerar que el sector cultural se conforma en base a tres grandes círculos concéntricos que son, a título enunciativo, el núcleo duro de la creación y el patrimonio cultural, las industrias culturales, y las industrias creativas. Veamos brevemente los rasgos básicos de cada esfera conceptual.

El núcleo del sector cultural está conformado por el conjunto de obras y manifestaciones artísticas que constituyen la esencia del valor cultural, entendido como un significado no mensurable, pero que combina y valora la forma de expresión de la belleza, el esfuerzo intelectual o el talento del creador, y el alcance de la obra como seña de identidad individual o colectiva. A este ámbito pertenecen, tanto el patrimonio cultural entendido como una heredad, como la creación artística más pura del momento presente. En consecuencia considera, por una parte, todo el patrimonio histórico, arqueológico y documental, así como las instituciones que se dedican a su salvaguarda (museos, bibliotecas, archivos, etc.); y, por otra, las creaciones de artes plásticas, incluida la pintura, escultura y fotografía, y las artes escénicas y musicales (teatro, lírica, danza, interpretación musical, etc.). Son, en definitiva, el sector artístico propiamente dicho, a veces llamado de «alta cultura», porque contempla la creación más pura, junto con el patrimonio cultural más selecto. El rasgo común de todas estas manifestaciones es que se trata de bienes únicos, no reproducibles, y ésta es la razón por la que a lo largo de la historia no hayan sido objeto de mercado, sino de coleccionismo o elitismo en el consumo. Desde el punto de vista económico han de considerarse como un recurso, una oferta fija, que incluso puede estar sometida a condiciones de sostenibilidad, como es el caso de muchos ejemplos del patrimonio cultural. Además, suelen tener la condición de bien público, lo cual complica sus

posibilidades de provisión y mantenimiento, a no ser que se confíe exclusivamente en la garantía del Estado. Así mismo, son bienes que proveen externalidades, generalmente positivas, aun cuando podría sopesarse esta cuestión, por ejemplo, para el caso de los enclaves turísticos excesivamente congestionados. Los bienes y servicios creativos puros dan lugar a la explotación de derechos de propiedad por autoría, aun cuando también podríamos considerarlo para determinadas utilidades del patrimonio cultural, como los derechos de imagen o de usos alternativos.

El segundo gran bloque del sector cultural viene conformado por las denominadas industrias culturales, cuyo rasgo definitorio es su naturaleza intrínsecamente reproducible. Estamos hablando del sector del libro y la edición, la música grabada y el sector de audiovisuales, el cine, la prensa, los medios de comunicación, radio y televisión, etc. No es que en este tipo de bienes y servicios no haya creación cultural de carácter único, pero su explotación se basa ineludiblemente en la reproducción y distribución en masa. En este ámbito, probablemente las creaciones originales no, pero los productos derivados tienen un carácter privado, pues se trata de bienes rivales y excluibles, y por tanto los precios constituyen un buen criterio de provisión y de valor. En todo caso, la peculiaridad del mercado en relación a las economías de escala del mercado, los cambios tecnológicos en la producción y distribución y los comportamientos oligopolistas de los agentes implicados, hace que el sector no alcance los resultados de optimalidad de un mercado competitivo.

Por último, tenemos el tercer bloque concéntrico que viene constituido por las industrias creativas, que están adquiriendo una importancia creciente en los estudios culturales relacionados con el desarrollo económico. En este sector, el talento y la cultura no son un fin en sí mismo, sino un *input* más para la producción de bienes y servicios de carácter no cultural en sentido estricto. Hablamos de las actividades de diseño (incluida la moda, el diseño interior e incluso la artesanía), los servicios de publicidad, la arquitectura de autor; más luego muchos de los bienes asociados a las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, como los productos informáticos, *software,* móviles, videojuegos y, en general, las industrias de contenidos. En todos estos casos se conjuga el conocimiento y el talento, junto con la voluntad de transformación y creación de nuevos prototipos, para atender también nuevas necesidades de consumo. La importancia que se da a este nuevo sector de actividad en la actualidad radica en que está incardinado en el nuevo paradigma productivo y tecnológico basado en la experiencia, la creatividad y la conectividad, y que supera, por tanto, a la sociedad de producción industrial, donde imperaba lo físico y lo material. También desborda la denominada sociedad del conocimiento, de base intelectual e innovativa, porque en las circunstancias actuales también se ha convertido en una mercancía, que se compra y que se vende, mientras que la creatividad, no (Herrero, 2007).

Todos los bienes y servicios derivados de todas estas actividades tienen por afinidad un contenido creativo suficiente como para asignarles un valor cultural o artístico, del que se deduce, en su mayor parte, un derecho de propiedad intelectual. Sin embargo, la intensidad de este derecho se debilita en la trayectoria desde el núcleo del sector cultural hacia los círculos concéntricos exteriores, a la vez que la inspiración creativa se orienta cada vez más hacia el mercado, y las obras artísticas dejan de ser

bienes únicos para convertirse en prototipos para la producción en masa. Sea como fuere, el conjunto de actividades derivadas de la creación cultural en su más amplio sentido, constituyen en la actualidad un sector económico en auge, que genera rentas, empleos, impuestos, comercio, etc. Contribuyen a determinar las posibilidades de desarrollo de distintos espacios, urbanos o regionales, de modo que especifican una nueva tectónica de los territorios, donde las disparidades económicas se fundamentan cada vez más en las actividades creativas y los usos culturales.

Entonces, si estamos hablando de la cultura como un factor determinante del progreso humano, en general, o de una parte de las transacciones económicas, en particular, resulta congruente considerar al patrimonio cultural y creativo como una versión del *stock* de capital de un sistema económico, es decir, como un factor productivo. De esta forma, y siguiendo a D. Throsby (1999) definimos el *capital cultural* como conjunto de elementos tangibles e intangibles que son expresión del ingenio, la historia o el proceso de identificación de un pueblo, y puede entenderse como un recurso fijo, un activo que rinde rentas en forma de flujo de bienes y servicios derivados, y que puede depreciarse si no se cuida, o acumularse si se mejora y se invierte. El capital cultural, en tanto que *input* productivo, es un fenómeno económico pues interviene en la función de producción de una economía [1], tiene usos alternativos y carácter sustitutivo con otras opciones o recursos y, por tanto, es susceptible de evaluación y elección colectiva debido a su probable contribución al desarrollo económico de una sociedad.

$$Y = A\ F(\ K, L, KH, KN, KS, KC) \qquad [1]$$

Y: renta o riqueza	KH: capital humano
A: tecnología	KN: capital natural
K: capital físico	KS: capital social
L: fuerza laboral	KC: capital cultural

Esta nueva versión de capital, el capital cultural, se diferencia del concepto tradicional de capital físico en que, aun cuando también está hecho por la mano del hombre, este último no tiene significado como creación artística, al menos en el momento presente. De igual modo, posee ciertas similitudes con el capital humano, en cuanto que representan ambos una especificidad de la fuerza laboral; sin embargo, el capital humano se concreta en un incremento de la productividad del sistema, mientras que el capital cultural no tiene esta finalidad sino que se manifiesta en forma de elementos tangibles y físicos, como son las obras de arte, que responden a un sentido estético o simbólico. Por lo que se refiere al denominado capital natural, se diferencia en que no constituye un conjunto de recursos libres de la naturaleza, sino elementos, presentes o acumulados, realizados por los hombres; aun cuando aquí la concomitancia radica en el carácter compartido de bienes no renovables en muchos casos y, por tanto, en la idea de sustentabilidad a largo plazo. Por último, respecto del capital social, tienen la semejanza de compartir un perfil de caracterización antropológica y comportamental de los individuos, aun cuando, de nuevo, el capital cultural se expresa en forma de creaciones intelectuales y estéticas, mientras que el capital social se refiere exclusivamente a la calidad y cantidad de redes sociales de una sociedad.

El problema principal en este punto radica esencialmente en la asignación de valor al concepto de capital cultural, puesto que pueden distinguirse dos acepciones mensurables: el valor cultural y el valor económico (Throsby, 1999). El valor cultural es susceptible tan sólo de rango ordinal, pues tiene un carácter cualitativo y multiatributo, ya que se refiere al contenido de creación artística, esencia de inteligencia o significado de identidad social de los objetos que lo integran. Lógicamente, con esta noción surgen dificultades también en la forma de ordenación de las preferencias, sobre todo en el terreno de las elecciones individuales, pues dependen de factores personales como los gustos, el grado de conocimiento técnico y las experiencias acumuladas; mientras que en el campo de las elecciones colectivas el asunto podría estar más o menos resuelto a través de la potestad administrativa del Estado en las funciones de regulación y preservación de la cultura.

Por lo que se refiere al valor económico del capital cultural, éste viene dado por el conjunto de rentas generadas de la propia existencia del mismo (valor de los edificios y terrenos en el caso del patrimonio histórico, el trabajo acumulado y los recursos empleados en las obras de arte, etc.); pero también por el flujo de bienes y servicios al que puede dar lugar (usos turísticos, objetos mercantilizables, empleo derivado, etc.). Para muchas de estas operaciones, la valoración a través de los precios de mercado puede ser un buen punto de partida y, por tanto, darían lugar a un rango cardinal. Lo que ocurre es que buena parte de los elementos relacionados con el capital cultural, bien sea por su condición de bienes públicos, por el significado social que comportan, o las externalidades que procuran, su valor puede caer fuera del mercado o, al menos, no expresarse de forma conveniente a través de los precios. En este punto, resulta conveniente la aplicación de técnicas de valoración de bienes de no mercado, como el método del coste del viaje (Bedate *et al.,* 2004) o el método de valoración contingente (Sanz, 2004; Bedate, 2007; Báez *et al.,* 2009) que, aun cuando sean el blanco de numerosas críticas, hasta el momento resultan ser un procedimiento eficaz para capturar el valor y el rango de las preferencias de los individuos respecto de distintos prototipos culturales. Sin embargo, pocas veces estos estudios traspasan el ejercicio meramente académico para servir de pauta coherente en los criterios de provisión o de evaluación de políticas culturales [3], lo cual constituye un desafío abierto para la investigación en esta materia. Más predicamento tienen los estudios de corte macroeconómico para la medición de los flujos derivados del capital cultural, bien como aportación del conjunto del sector cultural a la riqueza de un país [4], bien como estudios específicos de impactos de las actividades culturales sobre la economía de un enclave o una región. Este aspecto es el que empezamos a desarrollar en el próximo epígrafe.

---

[3] Véase, en este sentido, algunas aplicaciones en Báez y Herrero (2008), Bostedt y Lundgren (2010) y Herrero *et al.* (2011).

[4] En el caso español, la aportación del sector cultural se cifra entre un 3 y 4% del PIB. Véase Ministerio de Cultura (2006) y García *et al.,* (2007).

3. Impactos de la cultura sobre el desarrollo económico

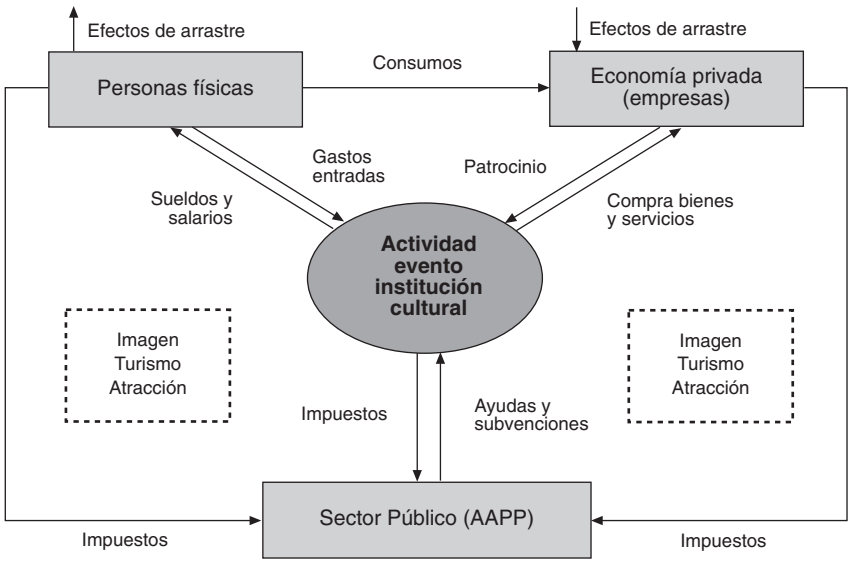
Los efectos que el arte y la cultura pueden generar sobre el desarrollo económico local y regional pueden dividirse en dos grandes grupos: los efectos a corto plazo tienen que ver con el poder de atracción y creación de gasto de las actividades culturales, mientras que los efectos a largo plazo se refieren a las modificaciones de la estructura productiva, urbana y social debido al impacto de la cultura. Veamos todos estos aspectos de forma ordenada.

3.1. Impactos de la cultura a corto plazo

Los impactos económicos a corto plazo tienen un planteamiento relativamente sencillo (Seaman, 2004), pues se supone que el arte y la cultura atraen a visitantes específicos (turistas o consumidores locales), que gastan su renta en las propias actividades culturales, pero también en otros bienes y servicios relacionados (alojamiento, restauración, compras, transporte, etc.); de modo que en conjunto representan un incremento neto de la demanda agregada, la cual a su vez provoca unos efectos de arrastre sobre el resto de la economía. Estos efectos, en conjunto, pueden medirse en términos de producción o de empleo, y la manera de cómputo está más o menos estandarizada mediante la agregación de los denominados efectos directos (propios de la actividad cultural), indirectos (asociados al consumo cultural de los visitantes o quienes participan en el evento cultural) e inducidos, que son el efecto de arrastre provocado por los dos grupos anteriores sobre el resto del tejido productivo. Estos últimos suelen calcularse usando distintos coeficientes, como multiplicadores de empleo (Johnson y Thomas, 1992; Huse *et al.,* 1998), multiplicadores keynesianos (Dziembowska y Funck, 2000), pero sobre todo con coeficientes provenientes del análisis *input-output* (Van Puffelen, 1987; Herrero *et al.,* 2006; Devesa, 2006; Fernández *et al.,* 2008).

Una consideración más específica de los flujos de renta y gasto que se producen entre los agentes económicos provocados por el impacto de una actividad cultural específica se recoge en la figura 1. En primer lugar, el hecho cultural atrae el gasto de personas físicas, pero también contrata fuerza laboral que es remunerada con sueldos y salarios. A su vez, el sector privado empresarial provee los bienes y servicios necesarios para el desarrollo de la actividad cultural, y a menudo patrocina este tipo de eventos. Entre estos dos tipos de agentes económicos pueden darse flujos secundarios de consumos y rentas asociados al hecho cultural, y todas estas operaciones generan también sus propios efectos de arrastre sobre el sistema económico que debieran computarse en el impacto total. Por su parte, el sector público suele ocupar un papel primordial en la financiación del hecho cultural mediante ayudas y subvenciones, aun cuando deben considerarse las entradas netas de impuestos y tasas recaudadas, tanto del propio evento, como de la actividad privada e individual. A este conjunto de relaciones se añaden los efectos intangibles del evento cultural sobre la imagen institucional o del enclave donde se desarrolla, pero que más tarde veremos entre los impactos de largo plazo.

Figura 1. Sistema de relaciones del impacto de la cultura



Fuente: Transformado de Devesa (2006).

Los estudios de impacto de las actividades culturales constituyen un recurso analítico relativamente extendido y frecuente (véase *in extenso* Devesa, 2006, pp. 127 y ss.), pero es exigible una gran escrupulosidad en el procedimiento para evitar resultados sobredimensionados. Estas precauciones se refieren fundamentalmente a errores de cómputo y doble contabilización de efectos, pero sobre todo a la selección de partidas y grupos de gasto que deben integrarse en el modelo de impacto. A este respecto y en el extremo, sólo deberían computarse los gastos de turistas con una motivación unipropósito respecto del evento cultural (Stanley *et al.,* 1998; O'Hagan *et al.,* 1989), aun cuando a veces se pondera también la participación de otros visitantes relacionados (Herrero *et al.,* 2006). Del mismo modo han de excluirse los gastos de ciudadanos residentes en el enclave donde se celebra el evento, ya que su actividad no puede considerarse como una inyección neta de renta, sino como una redistribución en la composición de la demanda (Devesa, 2006). Sin embargo, existen eventos culturales, que por su carácter extraordinario (por ejemplo, la celebración de una Capitalidad Cultural Europea), provocan unos gastos de consumo adicionales por parte de los residentes que pueden considerarse dentro del modelo de impacto. Lo mismo ocurre con las inversiones en dotación de nuevas infraestructuras (culturales o de comunicación) que a veces conllevan este tipo de eventos tan excepcionales y que, entonces, deben formar parte de los gastos directos del modelo, junto con sus efectos de arrastre [5].

[5] Estas precisiones metodológicas fueron consideradas, por ejemplo, en la estimación del impacto económico de grandes eventos como la Exposición Universal de Zaragoza en 2008, la Copa América de Valencia en 2007 y la Capitalidad Europea de la Cultura de Salamanca 2002.

La casuística de este tipo de estudios en España es ya considerable [6] y se han llevado a cabo estimaciones del impacto económico de festivales puntuales como la Semana Internacional de Cine de Valladolid (Devesa, 2006), las Fiestas de Moros y Cristianos de Calpe (Perles, 2006), o el Festival de Flamenco de Jerez (González y Ramírez, 2008); pero también de grandes eventos como la Capitalidad Cultural Europea de Salamanca'2002 (Herrero *et al.,* 2006), la Copa América de Valencia (Fernández *et al.,* 2008) o la Exposición Universal de Zaragoza (Serrano *et al.,* 2009). Así mismo se ha analizado el impacto sobre la economía local del turismo de grandes conjuntos históricos como La Alhambra (Murillo *et al.,* 2008), o museos como el Guggenheim de Bilbao, así como una variedad de estudios de impacto de las actividades culturales y congresuales de distintos Palacios de Festivales y Auditorios, como el Euskalduna de Bilbao, Kursaal de San Sebastián, Baluarte en Pamplona, etcétera [7].

Los resultados de este tipo de estudios señalan, en efecto, que el impacto económico de las actividades culturales es significativo, aun cuando esto depende de la escala del evento o de la institución, del tamaño del coeficiente multiplicador y del tipo y dimensión de sector cultural circundante [8]. En todo caso está comprobado que el impacto es mayor cuanto mayor sea el número de visitantes y turistas, dada la propia esencia del cómputo de los gastos indirectos, que se basan en los flujos de consumo derivados del evento cultural; y por esta razón, suele ser mayor el impacto de museos y dotaciones de patrimonio histórico, que el de las actividades escénicas y musicales, a no ser que estén integradas en un festival reputado o de carácter sobresaliente. Todo esto pone de manifiesto la importancia del turismo, como canal de transmisión fundamental y más evidente del impacto económico a corto plazo de las actividades culturales sobre la economía local y regional (Fusco Girard y Nijkamp, 2009). Sin embargo, ello comporta una cierta cautela en el planteamiento de las políticas culturales relacionadas, para evitar la absoluta confianza en la soberanía del consumidor, ya que primaría simplemente los sitios y eventos más visitados, desdeñando la importancia y el valor cultural de las manifestaciones menos demandadas o más recónditas.

Otro resultado que parece demostrarse es que los efectos económicos territoriales de un evento o actividad cultural son de radio corto, es decir, el impacto es proporcionalmente mayor en el entorno local y regional, que en la dimensión nacional o exterior, salvo en el caso de las inversiones en infraestructuras, cuyo efecto de arrastre lógicamente es de mayor alcance espacial. Esta deducción puede tener implicaciones interesantes para la política económica regional, por las posibilidades de utilización

---

[6] Puede verse también una buena selección de trabajos de impacto económico en el contexto internacional en Bille y Schulze (2006).

[7] La mayoría de estos últimos trabajos han sido realizados por distintas consultoras a iniciativa de las instituciones implicadas, con el fin de demostrar la rentabilidad social de la inversión. Seaman (2004) advierte, en todo caso, del peligro de abusar de este tipo de resultados, pues no constituyen una condición suficiente para llevar a cabo la inversión, sin considerar su coste de oportunidad o la rentabilidad a largo plazo del proyecto.

[8] Por ejemplo, a título indicativo y sobre la hipótesis de metodologías similares, el impacto económico en escala semanal del Festival Internacional de Cine de Valladolid (Seminci) en 2001 es la cuarta parte del impacto de Salamanca 2002, que a su vez es 2,7 veces superior impacto del Museo Guggenheim en el mismo año. Véase Herrero y Devesa (2007).

del factor cultural en las estrategias de desarrollo económico local y regional (Bille y Schulze, 2006).

Por ultimo, ha de mencionarse que los estudios de impacto económico recogen los efectos generados por las actividades culturales pero no sus costes adicionales, por ejemplo en términos de congestión turística, mantenimiento de infraestructuras culturales, desgaste de las dotaciones urbanas, etc. Así mismo, estos trabajos estiman el impacto económico a corto plazo de una manifestación cultural o de una institución, pero no la eficacia a medio y largo plazo de la intervención cultural o de las inversiones que hayan implicado. Por esta razón, es importante también evaluar si estas acciones culturales son rentables socialmente a lo largo del tiempo y si son consistentes con un desarrollo económico y cultural sostenible, para lo cual, la realización de análisis coste beneficio de los proyectos culturales o la creación de un sistema de indicadores sobre la evolución de variables relacionadas con el sector cultural y económico, resultan ser medidas necesarias, sino imprescindibles en este sentido.

3.2. Impactos de la cultura a largo plazo

Los efectos de la cultura a largo plazo son más difíciles de medir pues no son de orden cuantitativo, sino que tienen que ver con cambios producidos en el tejido productivo, la estructura urbana e incluso con la estructura social y las transformaciones de la imagen del enclave o la región considerada. Nosotros vamos a distinguir cinco tipos de impactos.

El primero de ellos se refiere al rescate de edificios y la ordenación urbana, que en realidad está a caballo con los efectos a corto plazo, pues muchas acciones culturales consisten en la remodelación y restauración de edificios singulares con algún tipo de valor histórico; o bien en la creación *ex novo* de infraestructuras culturales o urbanas, generalmente pertenecientes al ámbito de la arquitectura de autor. Estas intervenciones puntuales consiguen, si no era ya su pretensión inicial, cambios en la ordenación urbana a medio y largo plazo, como la transformación de barrios, la recuperación de zonas industriales o la revitalización de cascos históricos. Muchos son los ejemplos de experiencias acumuladas en este sentido (Bianchini y Parkinson, 1994; Evans, 2001), de modo que podría afirmarse que en los últimos treinta años hemos asistido, al menos en los países desarrollados, pero también en muchas ciudades de países en transición, a un proceso intenso de recuperación urbana y re-dotación de infraestructuras culturales como pocas veces se había visto, favorecido sin duda por un ciclo económico alcista en este periodo de tiempo. Mejor cabría preguntarse, por el contrario, por cuál va a ser el futuro de muchas de estas dotaciones culturales si no se cultiva desde la base la formación y la participación cultural. Además, si hasta ahora las dotaciones culturales han sido un atributo de diferenciación urbana, la generalización de las mismas en la mayor parte de las ciudades va a provocar en el futuro un curioso fenómeno de «competencia entre sitios», donde las infraestructuras ya no son una barrera, sino que la imaginación y la creatividad en la confección de la oferta cultural ocuparán el papel protagonista (Gibson y Stevenson, 2004).

Otro de los efectos de la cultura y el arte a largo plazo es el denominado impacto locacional, que tiene que ver con la supuesta capacidad de un entorno cultural adecuado para atraer nuevos residentes, pero también nuevas empresas e inversiones. Respecto de las familias, parece demostrarse que el atractivo cultural es un factor importante pero no determinante para la elección del lugar donde vivir y trabajar, sino que otros factores tienen mayor relevancia, como las oportunidades de empleo, la vivienda, las relaciones sociales, la educación, el transporte, etc. Otra cosa distinta es la satisfacción de los ciudadanos en relación a las actividades culturales programadas en su ciudad, que se han convertido en una exigencia generalizada, atendida de forma inercial e interesada por el ciclo político. De este modo, es notorio observar en los últimos tiempos un proceso de *festivalización de las ciudades* (Richards, 2007), con una proliferación asombrosa de ciclos musicales, festivales de cine, teatro en la calle, mercados medievales, concursos artísticos, etc.; *«pan y circo»* como dirían los romanos, pero que en realidad procuran también un volumen continuado de actividad cultural, con mayor o menor nivel artístico, pero con el correspondiente flujo de gasto y ocupación.

No obstante, aun cuando el arte y la cultura pueden no ser el factor determinante de la localización residencial para la mayor parte de la población, sí que se constata un encarecimiento del suelo inmobiliario de las zonas con mayor valor artístico o cercanas a dotaciones culturales (Ruijgrok, 2006; Noonan, 2007). Esto es demostrativo del valor hedónico del factor cultural que se trasmite al mercado inmobiliario y puede afectar a las decisiones de relocalización residencial de un estrato de ciudadanos, probablemente de altos ingresos o con un «estilo de vida cultural» [9]. En este contexto habríamos de entender también los fenómenos de movilidad internacional de las denominadas *«clases creativas»* hacia *«ciudades creativas»,* que tanta celebridad están dando a los estudios de R. Florida (2002). Sin embargo, todavía no está muy comprobado si las empresas se mueven hacia los lugares que contienen este nicho de creatividad, o bien son las personas creativas quienes se desplazan a las ciudades donde se asientan las compañías que demandan fuerza laboral con esta afinidad o especialización.

Quizás en este caso, es decir, grandes empresas con demanda de creatividad o trasnacionales de contenido cultural, podamos hablar de movilidad laboral o deslocalización empresarial atendiendo a factores culturales. Sin embargo, no parece tampoco que éstos sean los criterios absolutamente determinantes de las decisiones de localización para las empresas en un sentido genérico. No obstante, existen estudios que sí que encuentran una relación estrecha entre amenidades culturales y decisiones de asentamiento, por ejemplo para el caso de compañías de alta tecnología y sedes de empresas (Kotkin, 2000); o bien en el caso de economías locales con cierta vocación cultural previa hacia industrias de contenidos (Dziembowska y Funck, 2000).

El único contexto donde claramente podemos hablar de un poder de atracción en la localización de inversiones, individuos y empresas es alrededor de grandes ins-

---

[9] Cabría pensar que puede suceder también el proceso contrario, es decir, el caso de cascos históricos no recuperados o congestionados por el turismo cultural y el excursionismo, donde el atractivo residencial deja paso a los negocios característicos de estas actividades.

tituciones culturales o eventos de naturaleza cultural de gran trascendencia, que generan en su entorno un despliegue de pequeñas y medianas empresas orientadas al aprovisionamiento de bienes y servicios derivados de estas actividades. Por ejemplo, acontecimientos como «Las Fallas» de Valencia o las celebraciones de Semana Santa en distintas ciudades de España están dando lugar a la extensión de un importante sector de artesanía ligado a la producción de bienes y materiales empleados en estas celebraciones (González, 2003). Puede citarse también el caso de los belenes napolitanos, que han fomentado la formación de un distrito cultural de producción y diseño en las cercanías de Nápoles (Cuccia *et al.,* 2008). Por otro lado, las grandes entidades culturales, bien sean organismos de gestión cultural, altas instituciones del patrimonio cultural, o empresas ligadas al sector audiovisual y de la comunicación, tiran de un gran número de empresas auxiliares, aun cuando, lógicamente, estas aglomeraciones se producen preponderantemente en medios urbanos y grandes ciudades. La agrupación por afinidad de este tipo de empresas culturales puede dar lugar a los denominados «distritos culturales», cuya lógica espacial veremos en el quinto apartado de este estudio.

El tercer tipo de impacto que la cultura puede provocar en el desarrollo económico local y regional a largo plazo viene dado por la mejora en los niveles de educación y en el fomento de la creatividad. En efecto, la cultura y las artes constituyen una fuente de inspiración y motivación, además de ser la expresión de una conducta racional cultivada, o al menos de un cúmulo importante de experiencias creativas y esfuerzo intelectual. Partiendo de estas premisas, puede afirmarse que las industrias culturales constituyen un campo propicio para el fomento de la creatividad, que pueden desencadenar derivaciones hacia el cambio y la innovación, por un lado, y hacia la creación de nuevos productos y experiencias de consumo, por otro. Definitivamente la creatividad ya no es una cuestión de talento arrebatado, sino una actitud que combina el conocimiento, la imaginación y la interacción. Estos tres factores pueden ser desencadenantes de un proceso de creación de valor, y por tanto de generación de riqueza (Herrero, 2007).

Desde este punto de vista, es incuestionable que la herencia cultural y los recursos culturales (tangibles e intangibles) determinan en gran medida las posibilidades de nueva creatividad cultural. En este contexto, la realidad cultural española, fruto de su historia fecunda y su idiosincrasia creativa, constituyen particularmente un activo inmejorable para la expansión del sector de industrias culturales y creativas y, por tanto, generar un factor de competitividad y un nuevo motor de crecimiento de la economía nacional. Esto está relacionado con el cuarto impacto de la cultura a largo plazo, que denominamos efecto competitividad y que considera al capital cultural y el capital creativo como una nueva palanca de desarrollo económico, pues determina la redefinición de las ventajas comparativas de los territorios en el nuevo contexto de la sociedad del conocimiento y la economía de la creatividad (Cooke y Lazzeretti, 2008).

Por último, el quinto impacto viene dado por los efectos sociales e intangibles provocados por el desarrollo del sector cultural, que se cifran en las externalidades provocadas por una mayor cohesión social, un crecimiento del sentimiento de perte-

nencia, mejora del orgullo cívico e identificación local. Todos estos aspectos pueden provocar por sí mismos un mayor dinamismo económico, pero sobre todo y a la postre, confeccionar o afianzar una imagen cultural del enclave o la región que la haga admirable para los ciudadanos residentes, y deseable para la atracción de otros habitantes y otros agentes económicos.

4. Los efectos del crecimiento económico sobre el desarrollo del sector cultural

Muchos estudios sobre cultura y desarrollo económico han puesto el énfasis en la capacidad del arte y la cultura para determinar las posibilidades de crecimiento económico de un entorno territorial, sea país, región o enclave local. Sin embargo, el proceso contrario también es muy importante para analizar. ¿Cómo cambia el sector cultural ante procesos de crecimiento económico? Existe la intuición de que los niveles de desarrollo afectan a las tasas de participación cultural de los ciudadanos y probablemente también a las condiciones de provisión de bienes culturales. ¿Cabe suponer, entonces, que las regiones ricas poseen también un sector cultural amplio, y las regiones pobres un sector cultural débil? A estas preguntas pretendemos responder en este apartado bajo la hipótesis de que, en efecto, el desarrollo económico también incide sobre la evolución del sector cultural, no sólo en su nivel de actividad, sino también en su estructura productiva. Por eso vamos a distinguir tres grupos de efectos relacionados (Bille y Schulze, 2006): cambios en la demanda de bienes culturales, cambios en la provisión de bienes culturales y cambios en la política cultural.

4.1. Cambios en la demanda de bienes culturales

Existe una larga profusión de estudios sobre la demanda de bienes culturales (Lévy-Garboua y Montmarquette, 2004; Seaman, 2006) que confirman la especificidad de la misma en relación a otros bienes ordinarios, y aquí están de acuerdo, tanto las estimaciones realizadas sobre comportamientos observados a través de estadísticas y censos oficiales (Ateca, 2009; Fernández *et al.,* 2002; Fernández y Prieto, 2004), como los estudios sobre preferencias declaradas, derivadas de trabajos de campo y aplicaciones de técnicas de valoración de bienes no mercado como el método de valoración contingente (Sanz y Herrero, 2004; Herrero *et al.,* 2011) En ambos casos se coincide en afirmar que la demanda de bienes culturales tiene una correlación positiva con el grado de formación (capital humano) y con el nivel de renta. Por tanto, cualquier proceso de crecimiento económico, que lógicamente afecta positivamente a ambas variables, provocará un crecimiento neto en la demanda de bienes culturales. La mayoría de los estudios constatan un valor de la elasticidad renta de estos bienes superior a uno, es decir, que su demanda se multiplica proporcionalmente más que el crecimiento de la renta. Sin embargo, no es menos cierto que en las regiones desarrolladas dicho coeficiente es cercano a la unidad o inferior, lo cual significa que

el gasto cultural es considerado como un bien necesario o habitual en la cesta de la compra del consumidor [10].

Otra de las características más notables en la demanda de bienes culturales es su carácter adictivo pues, en realidad, el consumo cultural conlleva un proceso de formación del gusto donde la afición cultivada y las experiencias previas acumuladas ocupan una posición determinante [11]. Ésta es la razón por la que también se encuentra una relación directa entre edad y demanda de cultura, ya que las personas adultas han tenido más tiempo para la formación del gusto, aunque a veces los jóvenes también despuntan en el consumo cultural dado su mayor grado de formación, en términos generales. Sea como fuere, puesto que el crecimiento económico conlleva un ascenso en la demanda de bienes culturales, esto implica a su vez un proceso complementario de demanda adicional y consumo cultural asociado a este proceso autorreproductivo.

También se aduce una relación directa entre demanda de cultura y cercanía respecto del evento u objeto de consumo cultural. Sin embargo, aquí los resultados no son concluyentes, ya que si bien este resultado es cierto para los sitios patrimoniales, conjuntos históricos y museos tradicionales (Sanz y Herrero, 2004), no lo es tanto para otro tipo de bienes culturales como los museos de vanguardia y los festivales culturales (Bedate, 2007; Herrero *et al.,* 2011), donde a veces los turistas declaran una valoración superior a la de los residentes. Este hecho constata, de nuevo, la importancia del turismo como principal resorte de desarrollo del sector cultural, de modo que el carácter de bien raíz de buena parte de los recursos componentes del capital cultural de las regiones o las ciudades, hace que lo importante verdaderamente sea poseerlos y valorizarlos, aun cuando la demanda pueda ser endógena o exógena.

A este respecto, y con independencia de las derivaciones de la crisis económica actual, puede atestiguarse que el turismo sigue siendo un sector en ascenso y particularmente el turismo cultural, por lo que cabe contar todavía con un viento favorable por el lado de la demanda de bienes culturales y turismo asociado. Otra cosa es que la tendencia de este comportamiento pueda ser hacia la concentración en grandes iconos turísticos o nuevas ofertas culturales, mientras que las dotaciones tradicionales aminoran su atractivo. Con esta misma base argumental cabe suponer que el consumo cultural sea mayor en el medio urbano que en el medio rural [12], y probablemente también en las ciudades con alta proporción de servicios, administración y universidades,

---

[10] En efecto, suele coincidir que las regiones desarrolladas registran un mayor porcentaje de gasto cultural per cápita que las regiones menos desarrolladas, a la vez que la elasticidad de la renta alcanza un valor próximo a uno.

[11] Bien sea bajo la hipótesis de que los individuos poseen un capital cultural específico y previo (Stigler y Becker, 1977); o bien porque éstos descubren sus gustos a través de un proceso secuencial de aprendizaje mediante el consumo (Lévy Garboua y Montmarquette, 1996). Véase aplicaciones de estas hipótesis para el caso de los hábitos de lectura y el consumo de música en España en Fernández y Prieto (2009) y Prieto y Fernández (2000).

[12] Según CulturaBase (www.mcu.es/culturabase), el gasto cultural medio per cápita de los españoles en los municipios menores de 10.000 habitantes es el 67% de la cifra gastada en los municipios de mayor nivel urbano (superiores a 100.000 habitantes).

que en los enclaves de tipo industrial. Por todo ello cabe suponer que los procesos de desarrollo económico van a incidir en un crecimiento de la demanda de bienes culturales, pero seguramente se incrementen también las desigualdades territoriales y personales en este sentido.

4.2. Cambios en la provisión de bienes culturales

Los procesos de crecimiento económico implican también transformaciones en el sistema productivo, fundamentalmente debido a dos factores: el desarrollo tecnológico y el incremento del capital acumulado. Veamos estas cuestiones con especial referencia al sector cultural, y donde añadiremos un tercer motivo de cambios en la estructura de la oferta, relacionado con el proceso de globalización.

Ya hemos comentado que las industrias culturales y creativas constituyen un campo muy propicio para la innovación y el desarrollo tecnológico, lo que permite ganancias importantes de productividad que, en condiciones competitivas, se traducen en reducciones de precios a largo plazo. Lo que ocurre es que la incidencia del avance tecnológico no es uniforme para todo el sector cultural, sino que hay unos sectores más expuestos que otros. Sin duda alguna, el subsector que más avances técnicos e innovativos ha captado es el de las industrias culturales reproducibles, y en particular la rama de medios audiovisuales (música grabada, CD's, vídeo, cine, video-juegos, etc.) y las actividades de comunicación (TV, radio, industrias de contenidos, etc.), proceso del que se ha derivado un crecimiento inusitado de la oferta de productos culturales, con rebajas notables en los costes de producción [13].

Por el contrario, el patrimonio cultural y las artes escénicas y musicales, aun cuando también se han beneficiado de los avances técnicos, por ejemplo en las actividades de comunicación, distribución, edición y algunas industrias auxiliares de aprovisionamientos específicos, en términos generales son sectores menos permeables al desarrollo tecnológico debido a la propia naturaleza de los bienes en cuestión: recursos de carácter único e irreproducible en el primer caso y espectáculos en vivo con productividad predeterminada y constante, en el segundo. Por esta razón no es de extrañar que a largo plazo se produzca un efecto sustitución entre bienes culturales de precio más rígido (ópera, teatro, conciertos, espectáculos en vivo), respecto de los bienes con ganancias de productividad (CD, vídeo, cine, etc.), lógicamente favorable a estos últimos. Sin embargo, el peligro de declive de las actividades escénicas, musicales y del área de patrimonio cultural puede ser compensado, en este sentido, por el incremento de la demanda asociado al proceso de crecimiento en la renta, y también por la ampliación de los usos en las dotaciones culturales y escénicas, como son los festivales culturales y la mercantilización de bienes y servicios derivados (grabación de conciertos, vídeos, ventas de imagen, alquiler de espacios, *merchandising,* etc.).

---

[13] Según datos de CulturaBase, en España entre 2000 y 2007 el número de empresas de los sectores comunicación y audiovisuales prácticamente se han duplicado y acaparan el 18% del total de empresas. En todo el sector cultural dominan las empresas de edición (42%) y de artes escénicas y musicales (36%), pero su crecimiento ha sido menor.

El segundo de los cambios en el sistema productivo a largo plazo es el motivado por el crecimiento del capital acumulado que, en el caso del sector cultural se manifiesta, en primer lugar, en el proceso tan notorio en los últimos veinticinco años de creación y puesta en valor de nuevas dotaciones culturales, o restauración de las existentes, sobre todo en el ámbito del patrimonio cultural *(boom museístico)* y las artes escénicas y musicales (auditorios, teatros, salas de conciertos, palacios de festivales, etc.) Este fenómeno ha supuesto un crecimiento muy notable de la oferta cultural, no sólo en los grandes centros urbanos, sino también con una extensión apreciable al resto del sistema urbano y ciudades intermedias, e incluso en el ámbito rural. En segundo lugar, la mejora en las infraestructuras de transporte y comunicación tras un ciclo económico alcista han mejorado la accesibilidad a los productos y ofertas culturales, no sólo en términos físicos, sino en términos de visibilidad, es decir, comunicación, internet, páginas web, etc. Estos avances se traducen a largo plazo en un descenso de los costes de oportunidad en el acceso a los bienes culturales y un incremento de la población susceptible de consumo cultural, es decir, y en definitiva, se producen mejoras en la oferta y ganancias potenciales en la demanda.

Por último, el tercer motivo que puede afectar a la provisión y diversidad de productos culturales a largo plazo es el proceso de globalización, como fenómeno mundial que, efectivamente, posibilita un incremento cuantioso y versátil de productos culturales, y así se demuestra en el ascenso del comercio internacional de estas mercancías (Acheson, 2003; Schulze, 1999 y 2004). Sin embargo este proceso también conlleva ciertos peligros, dada la preponderancia inercial de los grandes centros de producción y atracción cultural, básicamente de origen anglosajón y particularmente en el ámbito norteamericano. Estas precauciones a considerar son la tendencia a la uniformidad de comportamientos, tanto en la producción como en el consumo cultural, y la progresiva pérdida de importancia de la cultura local y las particularidades artísticas. El turismo, en este sentido, es un gran conformador de comportamientos que, en niveles de congestión puede incluso arrasar con el valor cultural de lo visitado. No obstante, como elemento de garantía queda también el *revival* de los sentimientos identitarios, que constituye un fenómeno de reacción al de globalización y que toma el rescate de los valores locales, la identidad propia y el simbolismo de la historia en sus elementos definitorios, lo cual tiene también una gran trascendencia en la oferta y diversidad de bienes y servicios culturales a largo plazo.

4.3. Cambios en las políticas culturales

Los procesos de crecimiento económico también tienen implicaciones sobre el planteamiento y la extensión de las políticas culturales ya que, por una parte, probablemente cuenten con más recursos con los que intervenir; y, segundo, atienden a un sector que ha estado en auge paralelo al ciclo económico, de modo que se ha convertido en una demanda generalizada por parte de los ciudadanos y, a la vez, una oportunidad inapreciable de justificación de la acción política.

La intervención de la Administración pública en la cultura es muy diferente en cada país, pudiendo distinguir dos grandes modelos generales (O'Hagan, 1998; Heilbrun y Gray, 2001): el anglosajón, donde la intervención es escasa y con sentido nacional, y el modelo continental europeo, donde la intervención pública es extensa y descentralizada. Nos centramos obviamente en la evolución de este último modelo, con las particularidades de la situación española.

En España, el periodo de crecimiento económico de los últimos treinta años prácticamente ha coincidido con la consolidación y desarrollo del modelo político constitucional, enormemente descentralizado, donde las competencias en materia de cultura se han delegado en su mayor parte a las Administraciones regionales y locales. De este modo, los hechos más significativos de la evolución de las políticas culturales en España durante los últimos años han sido los siguientes. En primer lugar se ha producido una proliferación de las administraciones e instituciones culturales, tanto en el rango nacional, como regional y local, lo cual ha provocado un crecimiento notable de la oferta cultural de iniciativa pública, que a su vez ha desarrollado una demanda derivada muy significativa sobre el sector cultural. Inicialmente predominaban las instituciones orientadas al rescate y preservación del patrimonio histórico, pero más recientemente se han ido extendiendo a todos los campos del sector cultural. No obstante, entre las primeras se nota también una ampliación progresiva de sus funciones hacia las actividades de promoción y extensión cultural, tanto por la reducción de las tareas pendientes en la preservación del patrimonio, como por la necesidad de mantener y justificar su trayectoria de actuación.

Por otra parte, el modo de creación de nuevas instituciones culturales ha seguido frecuentemente la fórmula de fundaciones sin ánimo de lucro, muchas de ellas inscritas en el régimen jurídico privado. Con ello se persigue mayor agilidad en la gestión cultural, pero probablemente repercute también en un mayor coste medio de las actuaciones, al no tasarse esta actividad completamente en el mercado. Por último, la consideración de la cultura como un factor de desarrollo económico regional y local, así como la constatación del crecimiento de la demanda ciudadana de bienes y servicios culturales, ha hecho de este sector un campo muy atractivo para la intervención pública. Esto se constata en dos fenómenos comentados previamente: el incremento de las inversiones en infraestructuras y nuevas dotaciones culturales, por un lado, y el crecimiento en el gasto corriente en eventos y espectáculos culturales de demanda ciudadana («festivalización de las ciudades»), por otro.

5. La lógica espacial de las actividades culturales

Dejamos para este último apartado el análisis de la lógica espacial de las actividades artísticas y culturales ya que, si contamos con que el desarrollo económico es un proceso dinámico, que modifica las oportunidades y la situación de los distintos territorios, cabe pensar lo mismo respecto de la cultura y las industrias creativas, que también adaptan sus tendencias de aglomeración y asentamiento en el territorio. Pero, ¿de qué forma? A esta pregunta pretendemos responder seguidamente.

Como premisa inicial, nadie puede prejuzgar que el talento surge igualmente distribuido en el espacio, pero que son posteriormente las condiciones de formación, visibilidad y entorno favorable las que producen su concentración en determinados enclaves o territorios. Esto ha ocurrido así a lo largo de toda la historia, de modo que siempre han existido determinados lugares que han favorecido la creación o la atracción del talento cultural y artístico. Las tres «T» mencionadas por R. Florida (2002) en sus trabajos sobre ciudades creativas (talento, tecnología y tolerancia) no son más que una reinterpretación actual de las condiciones básicas para impulsar y atraer la creatividad a determinados enclaves [14].

Respecto del patrimonio cultural, en el extremo podríamos pensar también en una cierta equidistribución espacial, pues todos los territorios tienen su propia historia y sus legados del pasado, que son enormemente valorizados en la actualidad, tanto desde el punto de vista turístico, como desde la perspectiva simbólica y de identificación por parte de los ciudadanos correspondientes. Sin embargo, no es menos cierto que existe un número relativamente reducido de grandes iconos patrimoniales, conjuntos artísticos de relieve y altas instituciones culturales, coleccionistas de las obras de arte más representativas, que aparecen concentrados en ciudades y sitios específicos, porque irremediablemente constituyen la selección de enclaves culturales más importantes o de mayor trascendencia [15].

En el terreno de las artes escénicas y musicales podría comprobarse también inicialmente una cierta distribución espacial, al menos en cuanto a infraestructuras escénicas (teatros, salas de conciertos, etc.) ya que, entendidas como un servicio público a los ciudadanos, están extendidas por la mayor parte de las ciudades, e incluso en las cabeceras de comarca de tamaño apreciable. Otra cosa es la producción de espectáculos y, por tanto, la existencia de compañías de teatro, orquestas, grupos musicales, actores, productores, etc., que de nuevo tienden a concentrarse en las principales ciudades, con una relación directa entre calidad y densidad artística, con tamaño demográfico y nivel urbano de la ciudad.

Por tanto, en el campo de la creación artística y la dotación cultural, cabe constatar que la lógica espacial, en términos generales, es la concentración en determinados enclaves, sobre todo los de mayor rango urbano. ¿Qué podemos decir de las industrias culturales y creativas? Por ellas entendemos el conjunto de actividades de producción en masa de bienes y servicios con un contenido cultural significativo, cuyo proceso de creación artística reside al menos en el prototipo, pero su reproducción tiene un sentido puramente mercantil (Caves, 2000; Towse, 2004). Como ya hemos comentado a lo largo de este trabajo, este sector es una rama productiva en auge,

---

[14] Una aproximación aplicada y relativa a este concepto al caso español puede ser el estudio de Méndez *et al.* (2009) sobre la tipología de «ciudades del conocimiento» en el sistema urbano español; y los estudios de Trullén *et al.* (2002), y Trullén y Boix (2008) sobre economía del conocimiento en la metrópolis de Barcelona.

[15] Pensemos, por ejemplo, en los grandes museos del mundo, o simplemente en la calificación de ciudades, conjuntos o hechos culturales que son «Patrimonio de la Humanidad» según las nominaciones de la UNESCO.

con una relación biunívoca con el desarrollo económico, pues constituye, a la vez, un factor generador de actividad, y un polo receptor de los impulsos derivados del crecimiento económico. Está, además, bien conectado con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, de modo que las industrias culturales y creativas constituyen un terreno propicio para la innovación y el desarrollo tecnológico.

¿Cuál es la lógica de comportamiento que están demostrando este conjunto de actividades? Puede decirse, a este respecto, que inevitablemente es el de la concentración, en un doble sentido, sectorial y espacial. En primer lugar, las industrias culturales y creativas se caracterizan por poseer unos costes fijos relativamente cuantiosos, a veces con el carácter de costes hundidos, mientras que los costes variables y marginales son muy débiles en relación. Esto hace que los costes medios desarrollen profundas economías de escala, que son la clave fundamental para la aparición de monopolios naturales, es decir, para la concentración sectorial. También el tamaño del mercado propicia los procesos de fusión y absorción de empresas, dando lugar a situaciones oligopolistas, especialmente visibles en el campo de la producción audiovisual y empresas de la comunicación.

En segundo lugar hablamos de concentración espacial, porque las empresas culturales y creativas pueden beneficiarse de reducciones de los costes medios, no sólo por razones tecnológicas internas, sino también por los efectos derivados de la concentración de la industria. En este caso estamos en presencia de economías de aglomeración y economías externas, muy propicias para el caso de las actividades culturales y creativas, por tres razones: la necesidad de la cercanía al mercado, es decir, al consumo cultural; la obligación de la provisión de *inputs,* generalmente fuerza laboral especializada; y el beneficio de la interacción entre agentes, bien sean competidores o proveedores, que provocan un refuerzo, a su vez, de la creatividad.

Las consecuencias de estas tendencias sobre la lógica de implantación territorial de las industrias culturales y creativas es que son las ciudades, y además las más representativas y de mayor tamaño demográfico, quienes acaparan y atraen fundamentalmente este tipo de actividades [16]. Las razones son obvias, en primer lugar, la dimensión de la demanda, relacionado con el volumen de población; segundo, la existencia de instituciones culturales de relieve, que provocan a su vez un poder de atracción de artistas y creadores en el más amplio sentido, junto con actividades de aprovisionamiento específico del sector cultural; y, por último, la propia interacción entre agentes, creadores y empresas, que refuerzan el sentido de las economías de aglomeración.

Pueden identificarse, en este sentido, algunas figuras espaciales quizás con mayor grado de diseminación, como son los denominados distritos culturales (Santagata, 2006; Lazzeretti, 2004) o sistemas locales de producción creativa (Lazzeretti *et al.,* 2003 y 2008). Éstos consisten en la proliferación de pequeñas y medianas empresas relacionadas con la producción o el abastecimiento de un determinado subsector

[16] Así se demuestra en España, donde las Comunidades de Madrid y Cataluña, entiéndase que básicamente son las ciudades de Madrid y Barcelona, acaparan prácticamente el 50% de las empresas culturales y del empleo derivado respecto del conjunto nacional.

cultural, en un entorno territorial relativamente acotado. Los casos estudiados en los últimos años tienen que ver generalmente con las actividades de cine y producción audiovisual, instalados con frecuencia en los alrededores de una gran ciudad (De Propis e Hypponen, 2008); y otros relacionados con el mundo de la artesanía y la creación de prototipos, que registran mayor independencia de localización respecto de las áreas metropolitanas.

Por último, existe otro tipo de asentamiento, libre de dependencias espaciales, como son los spillovers creativos, donde los artistas no tienen por qué situarse cerca ni del consumo ni de los proveedores, sino simplemente estar juntos. Ésta se ha convertido en una figura institucional cada vez más frecuente y que toma la forma de barrios y residencias de artistas, centros de creación, tecnopolos culturales, etc. Constituye una línea de programación muy apetecible, tanto para responsables de la política cultural como para las políticas de desarrollo económico, ya que encuentran en ella una manera de fomentar la creatividad, atraer actividad económica y, por qué no, mejorar la ordenación urbana de la ciudad. Los resultados, en todo caso, no son uniformes para las experiencias registradas hasta el momento y habrá que sopesar su efectividad en el largo plazo.

6. Conclusiones

Adam Smith consideraba que las profesiones dedicadas al arte, la cultura y el esparcimiento no contribuían a la *riqueza de las naciones,* sino que, por el contrario, constituían el ámbito por excelencia del *trabajo no productivo.* De esta forma, Adam Smith escribía [17]:

> «[...] En la misma clase [trabajadores no productivos] deben colocarse otras muchas profesiones, tanto de las más importantes y graves, como de las más inútiles y frívolas: los Jurisconsultos, los Médicos, los hombres literatos de todas especies, clase muy importante y muy honrada; y los bufones, jugueteros, músicos, operistas, bailarines, figurantes, etc., que son de una ínfima jerarquía. El trabajo del mínimo de ellos [...] nada produce que sea capaz por su valor real y permanente de comprar o adquirir igual cantidad de otro trabajo; porque perece en el momento mismo de su producción, como la declamación de un Actor, la arenga de un Orador, o el tono de un Cantarín» (Libro II, Cap. III, p. 99).

Resulta curioso encontrarnos con esta aseveración, aun cuando el argumento analítico es congruente, ya que este tipo de actividades, tanto las más graves, como las más frívolas, constituyen servicios finales que se agotan en el momento concreto de su producción y consumo y nada generan como valor añadido. La paradoja consiste en constatar que, en la actualidad, las actividades relacionadas con la cultura y sus explotaciones como empleos del ocio o nuevos perfiles de consumo y producción, constituyen un sector económico de enorme dinamismo, sobre el que se confían las posibilidades de desarrollo económico de distintas economías locales y

[17] Cita tomada de la primera edición en español de la obra de Adam Smith, *Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones*, publicado en Valladolid en 1794 y reproducido en forma de facsímil por la Consejería de Educación y Cultura de la Junta de Castilla y León en 1996.

regionales. En efecto, como hemos querido demostrar en este artículo, la cultura y las artes, tanto desde la perspectiva dotacional, como desde la faceta creativa y dinámica, forman parte de la función de producción de una sociedad, constituyen un recurso productivo, y son capaces de determinar una parte importante de la «riqueza de las naciones».

Bajo esta premisa, las relaciones entre cultura y desarrollo económico siguen una doble causalidad. Por un lado, las actividades culturales afectan a la evolución del crecimiento económico, porque provocan una serie de efectos a corto y largo plazo. Los primeros tienen que ver con el poder de atracción y de creación de gasto de las actividades culturales, mientras que los segundos se refieren a las modificaciones de la estructura productiva, urbana y social debido al impacto de la cultura, y que pueden redefinir las ventajas comparativas de los territorios con el transcurrir del tiempo. Por otro lado, los procesos de crecimiento económico también inciden sobre la transformación del sector cultural, no sólo en su nivel de actividad y dimensión, sino también en su estructura productiva. Los factores principales en esta segunda línea de causalidad, pocas veces considerada, tienen que ver con los cambios en la demanda de bienes culturales, en su volumen y composición; el desarrollo tecnológico y la acumulación de capital, que afectan a las condiciones de provisión y oferta de bienes culturales; y, por último, los cambios en el planteamiento y alcance de las políticas culturales.

Todos estos aspectos, junto con la lógica espacial del comportamiento de las actividades culturales han pretendido desarrollarse a lo largo de este ensayo. La economía de la cultura nos ha ofrecido un cauce de conocimiento para demostrar que las artes, entendidas como un proceso individual o colectivo de creación y reconocimiento de la belleza, contribuyen al desarrollo social, pero también al progreso económico. De este modo, muchos pensamos que existe una estrecha relación entre emociones y conducta, de manera que seguramente el incremento en el consumo y la producción cultural contribuyen notablemente al crecimiento del capital cultural y de la creatividad, lo cual es sinónimo de progreso social y bienestar. Por eso no cedemos a la tentación de finalizar este ensayo, de nuevo con unas palabras de Adam Smith, en este caso, acerca de la virtud de las distracciones culturales. Su planteamiento pretendía poner remedio al oscurantismo y amoralidad de las sectas religiosas, que consideraba como antisociales, pero, en realidad, constituyen una de las primeras justificaciones de la política cultural. Así decía [18]:

> «[...] El segundo de tales remedios consiste en la frecuencia y alegría de las diversiones públicas. Estimulando el Estado, por medio de la más amplia libertad, a todos cuantos por interés personal —sin incurrir en la indecencia o el escándalo—, se dedican a divertir y entretener al pueblo mediante la danza, la poesía, la pintura y la música, así como por toda especie de representaciones dramáticas y exhibiciones, que contribuirán a disipar rápidamente, en la mayoría de las personas, la melancolía y la tristeza, origen, la mayor parte de las veces, de la superstición y del entusiasmo desmedido» (Libro V, Cap. I, Parte III, art. III, p. 700).

---

[18] Cita tomada de la traducción de Fondo de Cultura Económica en 1958. Este texto precisamente fue censurado en la primera edición al español de la obra *La Riqueza de las Naciones* en 1794.

Referencias bibliográficas

Acheson, K. (2004): «La globalización», en Towse, R. (ed.), *Manual de economía de la cultura,* Fundación Autor, Madrid, 391-401. [*A Handbook of Cultural Economics,* Cheltenham, Edward Elgar Publishing, 2003].

Ateca Amestoy, V. (2009): «El capital humano como determinante del consumo cultural», *Estudios de Economía Aplicada,* 27(1): 89-112.

Báez Montenegro, A., y Herrero Prieto, L. C. (2008): «Contingent Valuation and Cost-Benefit Analysis. Application to a Draft Recovery of Cultural Heritage City in Developing Countries», *XV International Conference of the Association for Cultural Economics International,* Boston.

Báez Montenegro, A.; Niklitschek Huaquin, M., y Herrero Prieto, L. C. (2009): «The Valuation of Historical Sites: a Case Study of Valdivia, Chile», *Journal of Environmental Planning and Management,* 52(1): 97-109.

Bedate Centeno, A. (2007): *Valor económico y preferencias declaradas dinámicas por un bien cultural: aplicación al Museo Patio Herreriano de Arte Contemporáneo Español,* Tesis Doctoral, Universidad de Valladolid.

Bedate Centeno, A.; Herrero Prieto, L. C., y Sanz Lara, J. A. (2004): «Economics Valuation of the Cultural Heritage. Application to four case studies in Spain», *Journal of Cultural Heritage,* 5(1): 101-111.

Bianchini, F., y Parkinson, M. (1994): *Cultural Policy and Urban Regeneration. The West European Experience,* Manchester, Manchester University Press.

Bille, T., y Schulze, G. (2006): «Culture in urban and regional development», en Ginsburgh, V. A., y Throsby, D. (eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture,* Amsterdam, Elsevier North-Holland, 1051-1099.

Blaug, M. (2001): «Where are we now on cultural economics?», *Journal of Economics Surveys,* 15(2): 123-141.

Bostedt, G., y Lundgren, T. (2010): «Accounting for cultural heritage. A theoretical and empirical exploration with focus on Swedish reindeer husbandry», *Ecological Economics,* 69: 651-657.

Caves, R. (2002): *Creative Industries: Contracts Between Art and Commerce,* Cambridge, MA, Harvard University Press.

Cooke, P., y Lazzeretti. L (eds.) (2008): *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development,* Cheltenham, Edward Elgar.

Cuccia, T.; Marrelli, M., y Santagata, W. (2008): «Collective trademarks and cultural districts: the case of San Gregorio Armero, Naples», en Cooke, P., y Lazzeretti, L., *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development,* Cheltenham, Edward Elgar, 121-135.

De Propris, L., y Hypponen, L. (2008): «Creative culsters and governance: the dominance of the Hollywood film culster», en Cooke, P., y Lazzeretti, L., *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development,* Cheltenham, Edward Elgar, 258-285.

Delgado Ruiz, M. (2000): «Trivialidad y trascendencia. Usos sociales y políticos del turismo cultural», en Herrero, L. C., *Turismo Cultural: el Patrimonio Histórico como fuente de riqueza,* Valladolid, Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 31-52.

Devesa Fernández, M. (2006): *El impacto económico de los festivales culturales. El caso de la Semana Internacional de Cine de Valladolid,* Madrid, Fundación Autor.

Dziembowska, J., y Funck, R. (2000): «Cultural activities as a location factor in European competition between regions: Concepts and some evidence», *Annals of Regional Science,* 34, 1-12.

Evans, G. (2001): *Cultural Planning. An Urban Renaissance?,* London, Routledge.

Fernández Blanco, V., y Prieto Rodríguez, J. (2004): «Análisis económico de los museos con una aplicación al estudio de sus visitantes en España», *Revista Asturiana de Economía,* 29, 33-59.

Fernández Blanco, V., y Prieto Rodríguez, J. (2009): «Análisis de los hábitos de lectura como una decisión económica», *Estudios de Economía Aplicada,* 27(1), 113-137.

Fernández Blanco, V.; Prieto Rodríguez, J.; Muñiz Artime, C., y Gutiérrez del Castillo, R. (2002): *Cinéfilos, videoadictos y telespectadores. Los perfiles de los consumidores de productos audiovisuales en España,* Madrid, Fundación Autor.

Fernández Guerrero, J. I.; Martí Selva, M. L., y Puertas Medina, R. (2008): «Análisis del impacto económico de la Copa América», *XI Encuentro de Economía Aplicada,* Salamanca.

Florida, R. (2002): *The Rise of the Creative Class. And How It's Transforming Work,* New York, Leisure and Everyday Life, Basic Books.

Fusco Girard, L., y Nijkamp, P. (eds.) (2009): *Cultural Tourism and Sustainable Local Development,* Ashgate, Farnham Surrey.

García Gracia, M. I.; Zofío Prieto, J. L.; Herrarte Sánchez, A., y Moral Carcedo, J. (2007): *La dimensión económica de la industria de la cultura y el ocio en España,* Madrid, McGraw Hill.

Gibson, L., y Stevenson, D. (2004): «Urban space and the uses of culture», *International Journal of Cultural Policy,* 10(1), 1-5.

Ginsburgh, V. A., y Throsby D. (eds.) (2006): *Handbook of the Economics of Art and Culture,* Amsterdam, Elsevier North-Holland.

González González, R. (2003): «Artesanía y desarrollo sostenible en Sevilla», *Cuadernos de Economía de la Cultura,* 2, 13-28.

González Neira, A., y Ramírez, Picón, J. (2008): *Impacto económico del XI Festival de Flamenco de Jerez,* Cádiz, Fundación Provincial de Cultura, Diputación de Cádiz.

Heilbrun, J., y Gray, Ch. (2001): *The economics of art and culture,* New York, Cambridge University Press.

Herrero Prieto, L. C. (2007) «Economía creativa y desarrollo económico», en Perdiguero, H., y Otero, J., *El español y la economía de la creatividad: autores y usuarios,* Burgos, Fundación Caja Burgos, 53-67.

Herrero Prieto, L. C. (2009): «La investigación en economía de la cultura: un estudio bibliométrico», *Estudios de Economía Aplicada,* 27(1), 35-61.

Herrero Prieto, L. C., y Devesa Fernández, M. (2007): «El fenómeno de los festivales culturales en España: análisis y dimensión del impacto económico», *Cuadernos de Economía de la Cultura,* 7/8, 7-25.

Herrero Prieto, L. C.; Sanz Lara, J. A., y Devesa Fernández, M. (2011): «Measuring the Economic Value and Social Viability of a Cultural Festival as a Tourism Prototype», *Tourism Economics* [en prensa].

Herrero Prieto, L. C.; Sanz Lara, J. A.; Bedate Centeno, A.; Devesa Fernández, M., y Barrio Tellado, M. J. del (2006): «The Economic Impact of Cultural Events: a Case-Study of Salamanca 2002, European Capital of Culture», *European Urban and Regional Studies,* 13(1), 41-57.

Huse, M.; Gustavsen, T., y Almedal, S. (1998): «Tourism impact comparaisons among Norwegian towns», *Annals of Tourism Research,* 25(3), 721-738.

Johnson, P., y Thomas, B. (1992): *Tourism, Museums and the Local Economy: The Economic Impact of the North of England Open Air Museums at Beamisch,* Aldeshot, Avebury.

Kotkin, J. (2000): *The New Geography: How the Digital Revolution in Reshaping the American Landscape,* New York, Random House.

Lazzeretti. L. (ed.) (2004): *Art Cities, Cultural Districts and Museums,* Florencia, Firenze University Press.

Lazzeretti. L.; Cinti, T., y Vilanova, N. (2003): «Il Cluster dell´artigianato artistico della Semana Santa di Siviglia», *Working Paper,* núm. 11, Dipartimento di Scienze Aziendali Università Degli Studi di Firenze.

Lazzeretti, L.; Boix, R., y Capone, F. (2008): «Do Creative Industries Culster? Mapping Creative Local Production Systems in Italy and Spain», *Industry and Innovation,* 15(5), 549-567.

Lévy Garboua, L., y Montmarquette, C. (1996): «A Microeconomic Study oh Theatre Demand», *Journal of Cultural Economics,* 20(1), 25-50.

Lévy-Garboua, L., y Montmarquette, C. (2004): «La demanda», en Towse, R. (ed.), *Manual de economía de la cultura,* Fundación Autor, Madrid, 179-197 [*A Handbook of Cultural Economics,* Edward Elgar Publishing, Cheltenham, 2003].

Méndez Gutiérrez del Valle, R.; Sánchez Moral, S.; Abad Aragón, I., y García Balestena, I. (2009): «Sistema urbano y sociedad del conocimiento: hacia una tipología de las ciudades españolas», *Investigaciones Regionales,* 16, 117-142.

Ministerio de Cultura (2006): *El valor económico de la cultura en España,* Madrid, Secretaría General Técnica del Ministerio de Cultura.

Murillo, J.; Romaní, J., y Suriñach, J. (2008): «The impact of heritage tourism on an urban economy: the case of Granada and the Alhambra», *Tourism Economics,* 14(2), 361-376.

Noonan, D. (2007): «Finding an Impact of Preservation Policies: Price Effects of Historic Landmarks on Attached Homes in Chicago, 1990-1999», *Economic Development Quarterly,* 21, 17-33.

O'Hagan, J. (1998): *The State and the Arts,* Cheltenham, Edward Elgar.

O'Hagan, J.; Barret, A., y Purdy, M. (1989): *The Economic and Social Contribution of the Wexford Opera Festival,* Dublín, Trinity College.

Perles Ribes, J. F. (2006): «Análisis del impacto económico de eventos: una aplicación a las fiestas populares de proyección turística», *Cuadernos de Turismo,* 17, 147-166.

Prieto Rodríguez, J., y Fernández Blanco V. (2000): «Are Popular and Classical Music Listeners the Same People?», *Journal of Cultural Economics,* 24(2), 147-164.

Richards, G. (2007): «The Festivalization of Society or the Socialization of Festivals? The Case of Catalunya», en Richards, G. (ed.), *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives,* Binghamton (USA), The Haworth Hostpitality Press, 257-279.

Ruijgrok, E. (2006): «The Three Economic Values of Cultural Heritage: A Case Study in The Netherlands», *Journal of Cultural Heritage,* 7, 206-213.

Santagata, W. (2006): «Cultural Districts and Their Role in Developoed and Developing Countries», en Ginsburgh, V. A., y Throsby, D. (eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture,* Amsterdam, Elsevier North-Holland, 1101-1121.

Sanz Lara, J. A. (2004): *Valoración económica del patrimonio cultural,* Gijón, Trea.

Sanz Lara, J. A., y Herrero Prieto, L. C. (2006): «Valoración de bienes públicos relativos al patrimonio cultural. Aplicación comparada de métodos de estimación y análisis de segmentación de demanda», *Hacienda Pública Española, Revista de Economía Pública,* 178(3), 113-133.

Schulze, G (1999): «International trade in art», *Journal of Cultural Economics,* 23(1), 109-136.

— (2004): «El comercio internacional», en Towse, R. (ed.), *Manual de economía de la cultura,* Madrid, Fundación Autor, 145-155 [*A Handbook of Cultural Economics,* Cheltenham, Edward Elgar Publishing, 2003].

Seaman, B. (2004): «El impacto económico de la cultura», en Towse, R. (ed.), *Manual de economía de la cultura,* Fundación Autor, Madrid, 224-231 [*A Handbook of Cultural Economics,* Cheltenham, Edward Elgar Publishing, 2003].

Seaman, B. A. (2006): «Empirical Studies of Demand for the Performing Arts», en Ginsburgh, V. A., y Throsby, D. (eds.), *Handbook of the Economics of Art and Culture,* Amsterdam, Elsevier North-Holland, 415-472.

Serrano Sanz, J. M.; Gómez Loscos, A.; Pérez y Pérez, L.; Sanaú, J., y Sanz, I. (2009): *Los efectos económicos de Expo Zaragoza 2008,* Zaragoza, Colección Fundear, núm. 10.

Smith, A. (1776): *Investigación de la naturaleza y causas de la riqueza de las naciones,* edición en español de 1794, reproducida en forma de facsímil por la Consejería de Educación y Cultura de la Junta de Castilla y León, Valladolid, 1996. También, traducción de Fondo de Cultura Económica, México, 1958.

Stanley, D.; Rogers, J.; Smeltzer, S., y Perron, L. (1998): *Win, Place or Show. Gauging the Economic Success of the Renoir and Barnes Art Exhibits,* Quebec, Canadian Heritage.

Stigler, G. J., y Becker, G. (1977): «The Gustibus Non Est Disputandum», *American Economic Review,* 67(2), 76-90.

Throsby, D. (1994): «The Production and Consumption of the Arts: A View of Cultural Economics», *Journal of Economic Literature,* 32, 1-29.

— (1999): «Cultural Capital», *Journal of Cultural Economics,* 23(1-2), 3-12.

Towse, R. (2003): *A Handbook of Cultural Economics,* Edward Elgar Publishing, Cheltenham [trad. español: *Manual de economía de la cultura,* Madrid, Fundación Autor, 2004].

— (2004): «Las industrias culturales», en Towse, R. (ed.), *Manual de economía de la cultura,* Madrid, Fundación Autor, 443-453 [*A Handbook of Cultural Economics,* Cheltenham, Edward Elgar Publishing, 2003].

Trullén, J., y Boix, R. (2008): «Knowledge externalities and networks of cities in the creative metropolis», en Cooke, P., y Lazzeretti, L., *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development,* Cheltenham, Edward Elgar, 211-235.

Trullén, J.; Lladós, J., y Boix, R. (2002): «Economía del conocimiento, ciudad y competitividad», *Investigaciones Regionales,* 1, 139-161.

Van Puffelen, F. (1987): «L'impact économique des arts á Amsterdam: méthodologie, résultats et questions», en *Economie et Culture. 4.ª Conference Internationale sur l'Économie de la Culture,* La Documentation Française, vol. IV.