

Europa creativa o cultura competitiva?

Published by [Interacció](#) [1] on 01/10/2014 - 11:53 | Last modification: 11/05/2026 - 12:11

Per als municipis i institucions culturals locals, aquest debat no és aliè. Moltes de les lògiques que avui travessen convocatòries, avaluacions o discursos sobre innovació cultural tenen el seu origen en aquest canvi de paradigma europeu. El desplaçament des de la política cultural cap a la política de sectors creatius també transforma què es considera prioritari, què es pot finançar i quines pràctiques obtenen legitimitat institucional.(n. de l'e., 2026)

La Unió Europea es prepara per desplegar *Creative Europe 2014–2020*, el nou gran programa de suport a la cultura i l'audiovisual. Presentat com una actualització necessària davant la digitalització, la fragmentació dels mercats i la globalització, el document també deixa entreveure un desplaçament més profund: la cultura començava a ser descrita cada vegada més des del llenguatge de la competitivitat, el creixement i l'ocupació.



L'estudi de Cornelia Bruell, publicat per l'*Institut für Auslandsbeziehungen* (ifa), analitza precisament aquest canvi de vocabulari i les tensions polítiques que genera. El programa unifica les antigues línies *Culture*, *MEDIA* i *MEDIA Mundus* sota una sola estructura i incorpora noves eines financeres orientades a facilitar crèdits i reforçar la capacitat empresarial dels sectors culturals i creatius.

El problema no és només tècnic ni pressupostari. El debat es concentra sobretot en la manera de definir la cultura. El document de la Comissió Europea insisteix en conceptes com "competitivitat", "nous públics", "valor afegit" o "models de negoci". Això ha provocat crítiques des del Parlament Europeu i des de nombrosos agents culturals, que alerten del risc de reduir la cultura a una funció econòmica.

Bruell mostra com el programa desplaça progressivament el focus des de la cooperació cultural i el diàleg intercultural cap a la circulació de productes culturals i la generació de mercat. Els antics objectius vinculats a ciutadania europea, mobilitat cultural o intercanvi simbòlic perden centralitat davant conceptes com "audience development", internacionalització comercial o reforç de la indústria creativa.

La qüestió és especialment rellevant perquè aquest llenguatge no és neutre. El text assenyala que la mateixa noció de "sector cultural i creatiu" substitueix progressivament altres maneres d'entendre la cultura més vinculades al dret, al bé comú o al valor públic. La cultura deixa de presentar-se com un espai de producció simbòlica i passa a justificar-se cada vegada més per la seva capacitat de generar ocupació, consum o competitivitat internacional.

Referència



Bruell, C. (2013). *Creative Europe 2014–2020: A new programme – a new cultural policy as well?* Institut für Auslandsbeziehungen (ifa).

[Text complet \(pdf\)](#) [2]

Categories: Informe

Categories: Informes i documents

Tags: polítiques culturals

Tags: economia de la cultura

Tags: sectors culturals i creatius

Tags: internacionalització cultural

Tags: valor públic de la cultura

- [3]

Source URL: <https://interaccio.diba.cat/en/blogs/2014/europa-creativa>

Links:

[1] <https://interaccio.diba.cat/en/members/interaccio>

[2] <https://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/e140198.pdf>

[3] <https://interaccio.diba.cat/node/5333>