

Industrias culturales en ciudades españolas. Un primer acercamiento.

Cultural industries in Spanish cities. A first approach

Gerardo Guerrero Panal
Clemente Navarro Yáñez
Universidad Pablo de Olavide

Recibido, Noviembre de 2011; Versión final aceptada, Julio de 2012.

PALABRAS CLAVE: Industrias culturales, Industrias creativas, Equipamientos culturales, Ciudades creativas.

KEY WORDS: Cultural industries, Creative industries, Cultural amenities, Creative cities

Clasificación JEL: Z19.

RESUMEN

El sector cultural constituye un elemento central en el cambio hacia las sociedades post-industriales. Pero en particular, constituye un sector crucial en el desarrollo de las ciudades y la competitividad en el sistema urbano.

En este marco, se analiza la presencia y distribución de las industrias culturales en municipios españoles de 50 mil y más habitantes. Para ello se han utilizado y validado diferentes fuentes de datos a nivel municipal. Posteriormente se han calculado indicadores para 145 ciudades, lo que permite obtener una visión de la importancia del sector cultural y tipos específicos de éste en el sistema urbano español.

ABSTRACT

Nowadays the cultural sector is a crucial element of change to post-industrial societies. More concretely, it is a crucial sector promoting growth and competitiveness in the urban system at the national scale as well as at the international scale. This is clearly point out by the literature of creative cities.

In this framework, this article analyzes the presence and distribution of 'cultural industries' in Spanish municipalities up to 50.000 inhabitants. In order to do it, different sources of data available at the municipal level in Spain have been used. Diverse categories of cultural industries have been selected according to criteria established by UNESCO, EUROSTAT or the Spanish Department of Culture. Index of distribution, concentration, density, extension and relevance has been computed among 145 cities. These analyses show the importance of cultural sector and specific sectors in the Spanish urban system identifying, within the cities noted for their cultural activity, three types: creative, artistic and entertainment, the second type the most important in Spain.

Basically, the analyses of these indexes show specific pattern of localisation –or ecology– of-cultural industries in urban Spain according to tow main criteria o logics: 'concentration' and 'functional specialization'. The first means that large cities concentrate a high share of cultural

industries showing a greater level of diversification. Thus, this logic shows the importance of the urban hierarchy in order to explain concentration and diversification of activities, in our case, those included in the cultural sector.

The second logic means differences in the importance of different sectors and functions among municipalities, that is to say, specialization rather than concentration. The pattern of specialization make possible to delineated three main types of cities: creative, artistic and entertainment. The first one is specialized on 'pre-distribution functions', as well as on the audiovisual sector, showing a positive relationship with population size and concentration. Artist and entertainment types are more oriented toward cultural consumption, without any especial relationship with population size or concentration.

This typology could show that two main orientations exist according to the relevance of different cultural and creative industries in cities or if you will, logic: consumption (museums, scenic spaces,...) and creativity (mainly, the audiovisual industry). This second one shows a clear relationship with urban hierarchy, at least, more than the first one. These differences could be explained by the orientation of cultural policies, in addition to economic benefits of concentration in localization strategies of firms.

1. RESUMEN

No cabe duda que el sector cultural constituye un elemento central en el cambio hacia las sociedades post-industriales. Pero en particular, constituye un sector crucial en el desarrollo de las ciudades y la competitividad en el sistema urbano, tanto a escala nacional, como internacional; tal y como viene poniendo de manifiesto la literatura de las ciudades creativas.

En este marco, el presente artículo analiza la presencia y distribución de las industrias culturales en municipios españoles de 50 mil y más habitantes. Para ello se han utilizado y validado diferentes fuentes de datos disponibles a nivel municipal en España, habiendo seleccionado diferentes ítems en atención a las propuestas conceptuales existentes al respecto por parte de la UNESCO, EUROSTAT o el Ministerio de Cultura. Posteriormente se han calculado indicadores de distribución, concentración, densidad, extensión y relevancia para 145 ciudades españolas, lo que permite obtener una visión de la importancia del sector cultural y tipos específicos de éste en el sistema urbano español, identificando, dentro de las ciudades que destacan por su actividad cultural, tres tipologías: creativas, artísticas y de entretenimiento, siendo la segunda tipología la más relevante en España.

2. INTRODUCCIÓN

No cabe duda que el sector cultural constituye un elemento central en el cambio hacia las sociedades post-industriales. Pero en particular, constituye un sector crucial en el desarrollo de las ciudades y la competitividad en el sistema urbano, tanto a escala nacional, como internacional; tal y como viene poniendo de manifiesto

la cada vez más amplia literatura de las ciudades creativas (Clark, 2003; Mommas, 2004; Florida, 2009; Lazeretti, 2008).

Básicamente, este sector aparece como un elemento potencial sobre el que articular el desarrollo económico y cívico de las ciudades, o más en general, de los territorios. Sobre todo, en el marco del ya constatado declive de los sectores industriales clásicos y en el cambio hacia una nueva economía centrada en la creación, la 'economía creativa' (Scott, 2004). Ahora bien, indudablemente ello se refleja el cambio hacia sociedades post-industriales en donde los estilos de vida y el consumo cultural cobran una importancia creciente como elementos de articulación social, de estilos de vida (Brooks, 2000; Rösell, 2008; Martín-Lagos, 2010), e incluso, de involucración política (Sharpe, 2005).

En este marco genérico, el presente texto no pretende abundar en cuestiones teóricas relativas a esta tendencia económica, social y política, sino más bien centrarse en cuestiones de carácter conceptual y metodológico. Más concretamente, en lo relativo a la delimitación conceptual y operativa del sector, quizás más importante, de esa nueva economía creativa: las 'industrias creativas'.

Para ello, después de revisar aspectos básicos de la definición conceptual y operativa de las industrias creativas, en el tercer apartado, se proponen indicadores para analizar la importancia de las industrias culturales en ciudades españolas de 50 mil y más habitantes a través de cinco indicadores como son de extensión, concentración, densidad, relevancia y diversidad. Tanto en el cuarto como quinto apartado, se presentan los resultados de los indicadores anteriormente mencionados y, para finalizar, el sexto apartado se detallan las conclusiones así como una serie de comentarios finales.

3. INDUSTRIAS CULTURALES VERSUS INDUSTRIAS CREATIVAS: DILEMAS CONCEPTUALES Y OPERATIVOS.

A pesar de la importancia creciente de la cultura, o mejor, de las industrias culturales en las sociedades contemporáneas, existen ciertas dificultades, tanto conceptuales como metodológicas, en el estudio de éstas. Las primeras se refieren a qué debe considerarse una 'industria cultural', las segundas a cómo saber cuántas existen y dónde localizarlas. Ambos aspectos constituyen importantes retos que influyen de forma decisiva en el avance de esta agenda de investigación, en general, y la posibilidad de desarrollar análisis comparativo, en particular (Kaple et al.; 1996; Rothfield, 1999; Schuter, 2002). A continuación, se desarrolla el primer apartado en el que se trata de estudiar la delimitación conceptual y operativa de las industrias creativas.

3.1. *La delimitación conceptual: sectores, productos y funciones en la cadena de producción.*

Sin duda, uno de los elementos que contribuyen a la dificultad de conceptualizar qué suponen las industrias culturales provienen de la delimitación de los sectores que debieran considerarse 'culturales', o incluso más concretamente, qué productos –resultados de procesos productivos– deben considerarse culturales, más allá de cierto contenido simbólico. *Grosso modo*, a este respecto el debate se centra, fundamentalmente, en dos aspectos o dimensiones. El carácter simbólico de los resultados o productos culturales, por una parte, y la forma de producción y distribución de éstos, por otra (Hesmondhalgh y Pratt, 2005).

Básicamente, el debate acerca de los criterios de inclusión de diferentes sectores y productos como culturales viene dado por la importancia de la denominada economía creativa. Esta implica una actividad que supone la producción de bienes simbólicos, al igual que las actividades culturales tradicionales relativas a la creación artística, pero se diferencia marcadamente de éstas porque, normalmente, se desarrolla mediante un proceso productivo de carácter más cercano al tradicional industrial que a la creación artesanal y se orienta más claramente al consumo de masas.

Es así, que las industrias creativas, al menos analíticamente, se orientan en mayor medida, o más claramente, hacia la vertiente instrumental de las políticas culturales o las iniciativas privadas al respecto, esto es, aquellas cuyo fin principal es hacer de las industrias culturales un sector económico sobre el que basar el desarrollo socio-económico, y en particular, como estrategia principal de desarrollo local (O'Connor, 2007; Caves, 2000; Lazzeretti & Boix, 2008; Towse, 2010). Es desde esta perspectiva desde la que se desarrolla la cada vez más abundante literatura de las 'ciudades creativas' (Scott, 2004; Cooke & Lazzeretti, 2008; Landry & Bianchini, 1995; Florida, 2002, 2004, 2009). En cambio, las industrias culturales de carácter más tradicional, ligadas a la creación artística, literaria, etc..., suelen ser consideradas como productos simbólicos de carácter más artesanal que industrial, siendo objeto de estrategias de intervención centradas más en la planificación cultural que en su desarrollo instrumental, esto es, tratadas como bienes públicos que deben preservarse, difundirse y acercarse para su consumo por parte de la ciudadanía (Basset, 1993; García, 2004).

En este sentido, por ejemplo, en el Informe sobre la Economía Creativa de las Naciones Unidas (2008) se propone una clasificación de 'bienes creativos' mediante el cruce de dos dimensiones: el uso principal del producto y la organización productiva que subyace a él (Cuadro 1). No obstante, tal y como se señala en el mismo documento se trata de un 'sistema de clasificación imperfecto'. Por un lado, porque es difícil establecer criterios operativos claros para diferenciar las categorías.

Por otro, porque los tipos 1 y 3 son considerados claramente ‘productos creativos’, mientras que los tipos 1 y 4 deberían servir, según el Informe, para ir integrando a nuevos sectores de la ‘economía creativa’ que actualmente no suelen incluirse, sobre los que se centra, principalmente, la discusión.

CUADRO 1
CLASIFICACIÓN DE ‘BIENES CREATIVOS’

		Organización productiva	
		Artisanal	Masa
Uso principal	Estético	‘Artes’ (una pintura)	Industrias culturales (libros, prensa,...)
	Funcional	Diseño (cerámica decorativa)	Diseño industrial (muebles de cocina)

Fuente: Naciones Unidas (2008: 95).

Lo anterior supone, principalmente, cierta diferencia entre los sectores y productos culturales más clásicos (simbólicos y artesanales) y los nuevos sectores creativos (simbólicos, pero de producción y consumo en masa), si se quiere, entre industrias culturales e industrias creativas. Una lógica similar sigue, por ejemplo, la propuesta de la Unión Europea (2006), en la que se distinguen cuatro ‘círculos’: desde uno ‘central’ en torno a las ‘artes’ hasta uno más periférico de ‘industrias culturales relacionadas’ con la actividad creativa. Básicamente, los criterios utilizados, tal y como se presentan en el Cuadro 2, son tres: si se trata de los sectores o productos culturales tradicionales ligados a las ‘artes’, si supone un proceso productivo orientado al consumo de masas, y si en ello intervienen derechos de propiedad intelectual, como vía por la que considerar el papel de la ‘creación’.

De esta clasificación puede derivarse que el criterio mínimo común es la existencia de un proceso creativo, o más claramente, un proceso creativo susceptible de reconocimiento de derechos de propiedad intelectual. Pero se establece una clara distinción entre aquellos que pudieran encuadrarse en el sentido tradicional de la producción cultural, distinguiendo así entre industrias culturales e industrias creativas.

CUADRO 2
INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS

Grandes sectores	Círculos	Sectores	Características		
			Cultura 'tradicional'	¿Actividad industrial orientada al consumo en masa?	¿Productos basados en propiedad intelectual (copyright)?
Industrias culturales	Núcleo central artístico	Artes visuales (pintura, escultura, fotografía)			
		Arte dramático (teatro, danza, circo,...)	Si	No	Si
		Patrimonio (museos, bibliotecas, yacimientos arqueológicos, archivos,...)			
	Industrias culturales	Cine y Video TV y Radio Video juegos	Si	Si	Si
Industrias creativas	Industrias y actividades creativas	Música			
		Libros y prensa			
	Industrias relacionadas	Diseño (moda, gráfico, ..) Arquitectura Publicidad	No	Si/No	Si
	Industrias relacionadas	Computadores, PM3,..	No	Si	Si

Fuente: KEA (2006).

Estos dos ejemplos de clasificaciones ponen de manifiesto la importancia de considerar tanto el producto, como el proceso productivo. Ahora bien, respecto a este último también suele considerarse la importancia del momento de la cadena de producción en la que intervienen las industrias culturales o creativas que se consideren. En relación a lo anterior, y como es común para cualquier otro proceso productivo, suele diferenciarse tres momentos o funciones: la creación, la producción o fabricación y la distribución (UNCTAD, 2008). Esta es la propuesta, por ejemplo, del gobierno Holandés (2005), tal y como se refleja en el Cuadro 3. Ahora bien, en este caso, se aporta una definición restringida de 'industrias creativas' en las que se incluye únicamente el primer momento de la cadena de producción, con cierta independencia del sector que se trate; incluyéndose en

su 'definición amplia' actividades de producción y distribución, pero siempre que no sean una clara producción en masa y/o no se circunscriban a las artes, los mass-media o el entretenimiento. Así pues, esta definición parece acentuar como criterio clasificatorio el tipo de momento de la producción cultural, más que el sector propiamente dicho.

CUADRO 3
INDUSTRIAS CREATIVAS SECTORES Y CADENA DE PRODUCCIÓN

Sector	Creación	Cadena de producción	
		Producción tangible	Distribución
Las artes	Artes visuales y fotografía, arte dramático, organización de eventos culturales, centros recreativos	Artes visuales y fotografía	Museos y zonas de exhibiciones, galerías de arte
		Producción de arte dramático y música	Teatros y salas de concierto
		Reproducción y publicación de CDs y DVDs	Venta de CDs y DVDs
		Centros recreativos	Centros culturales y recreativos
Mass-media y entretenimiento	Cine, TV y Radio (pre-producción, guiones,...) Literatura Periodismo	Producción cine, TV y Radio	Distribución y visionado
		Editoriales	Bibliotecas públicas, librerías
		Impresión	Venta de prensa
Servicios creativos	Diseño (industrial, moda, gráfico,...) Nuevas tecnologías Arquitectura, urbanismo Publicidad	Fabricación de muebles, ropa,...	Venta de ropa, muebles,...
		Fabricación de video-juegos, software	Venta de computadoras, software
		Estudios arquitectura	Ejecución de proyectos
			Empresas de publicidad

Definición restringida (creación); Definición amplia (creación, producción y distribución); No forman parte de las industrias creativas

Fuente: Gobierno de Holanda (2005).

En resumen, aunque existen diversas, quizás múltiples, definiciones para las industrias culturales y/o creativas, básicamente se utilizan dos criterios para su delimitación, por un lado, el producto y, por otro, la fase del proceso productivo en la que interviene, incluyendo cada equipamiento en los diferentes sectores y funciones que se consideren. En definitiva, un determinado equipamiento se clasificará en atención a dos criterios diferenciados, por un lado, el tipo de producto que se elabore y, por otro, la fase del proceso productivo en el que dicho producto interviene.

3.2. La delimitación operativa: fuentes de datos e indicadores.

Otra cuestión es la relacionada con las fuentes de datos existentes para poder identificar y localizar las industrias culturales, sea cual sea el criterio con que se delimiten. Más aún, este es uno de los principales problemas que enfrenta el estudio de éstas, pues, en general, no suelen existir fuentes de datos que consideren los criterios antes mencionados, es decir, el producto que se elabore y la fase del proceso productivo en la que interviene (Kaple et al.; 1996; Schuter, 2002), y aún menos, a nivel municipal.

En el caso español, la Cámara de Comercio, cuenta con una base de datos sistemática que contiene el número de establecimientos clasificados según la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE). Además, el Informe sobre el Valor Económico de la Cultura en España elaborado por el Ministerio de Cultura (VECE, en adelante), basándose en los trabajos de EUROSTAT, ofrece una clasificación de las industrias culturales en términos de las dos dimensiones básicas referidas más arriba: 'sectores culturales' y 'situación en la cadena de producción'. En concreto, indica para cada código CNAE el sector y situación de la cadena que se corresponden con él.

Así pues, la fuente de datos y el criterio clasificatorio del VECE ofrecen la posibilidad de analizar la presencia y orientaciones de las industrias culturales en los municipios españoles. No obstante, dado el carácter de la base de datos y la clasificación usada, quedarían fuera equipamientos de creación y consumo cultural que son de relevancia para el objeto de análisis. En concreto, lo que se refiere, no tanto a las actividades económicas relacionadas con los museos, sino a la existencia de estos mismos, así como de espacios escénicos o bibliotecas. Para ello se han consultado bases de datos incluidas en *CulturaBase* del Ministerio de Cultura. Aún así, existen otros equipamientos que no suelen estar recogidos en bases de datos oficiales y que pueden constituir industrias culturales relevantes, ya sea para el consumo cultural, ya sea para la formación orientada a la creación y/o representación artística. Aquí se han incluido las galerías de arte, las academias de danza y de pintura, habiendo utilizado para ello una consulta específica de las Páginas Amarillas¹.

1 En el marco del proyecto 'La Dinámica Cultural de las Ciudades' financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (Plan Nacional de I+D+I), se están utilizando diferentes fuentes de datos. Así, además de los datos de las Cámaras de Comercio de España para el año 2008, se utilizan otras que, aunque menos sistematizadas, aportan información sobre equipamientos culturales. Así, se ha hecho uso de *CulturaBase* (2008), aunque la mayoría de datos no están desagregados a nivel municipal. Pero también se ha realizado una consulta sistemática de las Páginas Amarillas en el año 2008, estos últimos, que están siendo validados, no se han incluido en el presente análisis,

La propuesta analítica y operativa del presente trabajo consiste en tratar de conocer cuál es la orientación de las industrias culturales a partir de las dos grandes dimensiones discutidas en el primer apartado y susceptibles de operacionalización a partir de las fuentes de datos consultadas y, principalmente, el esquema propuesto por el VECE. Así, los 45 tipos de establecimientos considerados en nuestro análisis, han sido clasificados en las dos dimensiones, de tal forma que tienen dos valores: uno referido al sector, y otro referido a la función en la cadena productiva. En concreto, los valores que pueden adoptar para cada una de estas dimensiones se muestran en el Cuadro 4², así como el número total de equipamientos o establecimientos que se incluyen en esas sub-dimensiones³.

CUADRO 4

DIMENSIONES Y SUB-DIMENSIONES DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES

DIMENSIONES	SUB-DIMENSIÓN	Nº de diferentes tipos de establecimientos industriales
SECTOR	Artes	13
	Patrimonio	15
	Mass-media	11
	Entretenimiento	6
	Creación/diseño/producción	9
FUNCIÓN	Fabricación	9
	Distribución/consumo	27

Fuente: elaboración propia

Puede apreciarse que, en cuanto a la función, destaca la referida a la distribución, esto es, los establecimientos orientados al consumo cultural, frente a aquellos que se centran en la fabricación de productos culturales, o aquellos otros que se centran en el momento de la creación, el diseño o la producción (esto último, por ejemplo en las artes escénicas, más media,...). En cambio, los equipamientos se

a excepción de los equipamientos arriba mencionados (galerías de arte y academias de danza y pintura), ya validados para el presente estudio, así como otras fuentes de datos específicas que se están depurando y preparando para su eventual análisis. A partir de estas tres fuentes de datos (Cámara de Comercio, CulturaBase y Páginas Amarillas), se elabora la Matriz de Equipamientos Culturales, (MEQC, en adelante), que será la base para la realización de nuestros análisis.

- 2 En el Anexo 1 puede consultarse el listado de los diferentes tipos de equipamientos, la sub-dimensión en la que se clasifica cada equipamiento para cada una de las dimensiones, así como la fuente de cada uno de ellos.
- 3 En adelante, y por economía de lenguaje, utilizaremos como sinónimos establecimiento y equipamiento.

distribuyen de forma más igualitaria entre los sectores. Ahora bien, lo que aquí se considerará es el número de equipamientos existentes en cada municipio en particular, asignando, digámoslo así, un punto por cada equipamiento incluido en una de las sub-dimensiones del sector y, el mismo equipamiento puntuará, de igual forma, en una de las sub-dimensiones de la función. Esto significa, por ejemplo, que un municipio que tenga 4 museos arqueológicos tendrá una puntuación igual a 4 en el sector patrimonio y una puntuación igual a 4 en la función distribución.

De tal manera, podemos diferenciar entre cinco indicadores como son el indicador extensión o importancia numérica de cada sub-dimensión en los diferentes municipios, el indicador concentración, otro indicador de densidad, otro de relevancia y, por último, otro de diversidad cuyas definiciones operativas aparecen en el Cuadro 5 así como en los comentarios que se irán realizando en los próximos apartados. La delimitación y uso de los diferentes indicadores en este trabajo, persigue, sobre todo, fines descriptivos que permitan obtener una primera visión comparativa de la presencia e importancia de las industrias culturales en las ciudades españolas.

CUADRO 5
INDICADORES PARA EL ANÁLISIS TERRITORIAL DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES

Indicador	Definición operativa
Extensión	Número total de establecimientos
Concentración	Número total de establecimientos sobre el total existente en todas las ciudades
Densidad	Número establecimientos por cada 1000 habitantes
Relevancia	Porcentaje de establecimiento en una dimensión sobre el total de establecimientos en una ciudad
Diversidad	Distribución (peso) de las diferentes dimensiones sobre el total (Simpson Index) ¹

1. La fórmula para el índice de Simpson es:

$$D = \frac{\sum_{i=1}^S n_i(n_i - 1)}{N(N - 1)}$$

Donde S es el número de establecimientos, N es el número de dimensiones y n es el número de establecimientos por dimensión.

Fuente: elaboración propia

4. LA ECOLOGÍA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN LAS CIUDADES ESPAÑOLAS: PRESENCIA Y CONCENTRACIÓN.

En este apartado se pretende, fundamentalmente, ver la relación existente entre la jerarquía urbana, medida a través del tamaño de población, con la presencia de

industrias culturales en los municipios. Cabe esperar, tanto por criterios de localización y economías de escala, como por la diversidad cultural, tal y como sostienen la teoría de las sub-culturas urbanas (Fisher, 1975), que el tamaño se relacione con un mayor número y más diverso tipo de industrias culturales.

4.1. La centralidad urbana de las industrias culturales: extensión y concentración.

Según el indicador de extensión⁴, que considera el número total de establecimientos existentes en cada municipio, las ciudades españolas de 50 mil y más habitantes tienen, como media, 534 equipamientos culturales. Como era de esperar, es Madrid la ciudad que mayor número de establecimientos alberga (13.329), mientras que El Prat de Llobregat se sitúa como la ciudad con menor número de equipamientos (6).

Lo anterior se refleja, claramente, en el nivel de concentración de las industrias culturales, medido como el número total de establecimientos existente en una ciudad sobre el total existente en todas las ciudades mayores de 50 mil habitantes, a saber: la media es de 0,69. De nuevo, es Madrid la ciudad que destaca por el índice de concentración, (17,22% del total), seguido de Barcelona (13,53%) y alejándose ambas del resto de ciudades. En atención al indicador de extensión, obviamente, la ciudad que en menor medida concentra industrias culturales es El Prat de Llobregat (con el 0,01).

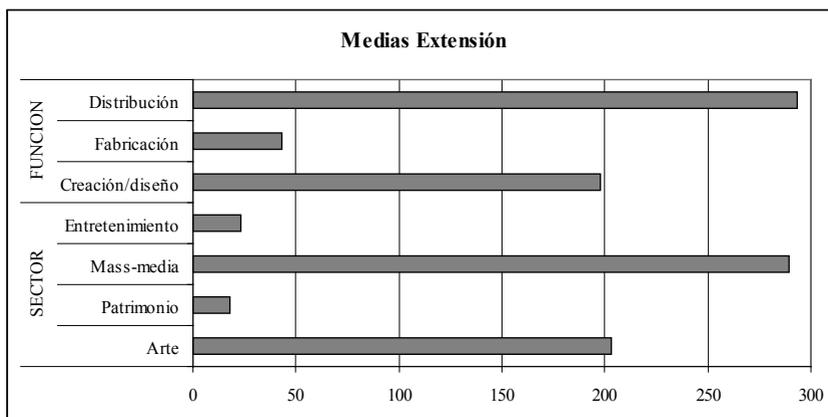
Lo anterior muestra, de forma bastante clara, que la ecología de las industrias culturales presenta un fuerte grado de centralización relacionado con el volumen de población. De hecho, la correlación entre el índice de concentración de industrias culturales y el de concentración de población, es igual a 0,968. No obstante, si se considera esta distribución sin incluir a las ciudades de mayor tamaño (400 mil o más habitantes), que acumulan el 42% del total de industrias culturales, la correlación se mantienen (0,889).

4.2. Las orientaciones de las industrias culturales en las ciudades.

Ahora bien, ¿existe tal relación para todas las sub-dimensiones de las industrias culturales?. Para analizarlo consideramos, primero, la importancia de cada sub-dimensión (en cuanto a extensión, densidad y concentración), para conocer, posteriormente, su relación con la jerarquía urbana (tamaño de población de los municipios).

4 En el anexo 2 puede consultarse el ranking por municipios tanto de este indicador como del resto de indicadores estudiados en la presente investigación.

FIGURA 1
INDICADORES DE EXTENSIÓN DE INDUSTRIAS CULTURALES: SECTOR Y FUNCIÓN PRINCIPAL. MEDIAS



Fuente: elaboración propia a partir de MEQC.

Así, en lo que respecta al número de establecimientos (o extensión) puede apreciarse en la Figura 1 que destacan, en cuanto a sectores, artes y mass-media, cuyas medias para el conjunto de ciudades son: 203 y 289, respectivamente. Algo similar ocurre respecto a la función principal, ya que la mayor media se concentra en dos de ellas y la tercera se encuentra a una gran distancia, concretamente, de menor a mayor: fabricación (43), creación (198) y distribución (293).

Lo anterior muestra que las industrias culturales se centran, principalmente, en dos sectores y dos funciones. Además, la correlación con el tamaño del municipio muestra que existe una fuerte relación entre este y el sector artes y la función distribución (0,976 y 0,973, respectivamente), siendo la más baja con el sector 'patrimonio' (0,886). Aunque, en general, se puede apreciar cómo existe una fuerte correlación entre la extensión y la población.

Lo anterior se evidencia claramente en los indicadores de concentración. Si consideramos el conjunto de todos los municipios, no existen diferencias entre sectores o funciones. Sólo cuando se dejan de incluir los municipios de mayor tamaño pueden apreciarse ciertas diferencias. En tal caso, puede apreciarse que la mayor diferencia se da para el sector de audiovisuales (mass-media) y la función de fabricación, lo que indica el fuerte nivel de concentración de este sector y función en las grandes ciudades. Por lo demás, los niveles son bastante parecidos entre el resto de sectores y funciones.

CUADRO 6
INDICADORES DE CONCENTRACIÓN DE INDUSTRIAS CULTURALES:
SECTOR Y FUNCIÓN PRINCIPAL. MEDIAS

	Todos los municipios	Municipios de 50 mil a 400 mil habitantes
Arte	0,690	0,432
Patrimonio	0,690	0,463
Mass-media	0,690	0,384
Entretenimiento	0,690	0,454
Creación/diseño	0,690	0,359
Fabricación	0,690	0,312
Distribución	0,690	0,455

Fuente: elaboración propia a partir de MEQC.

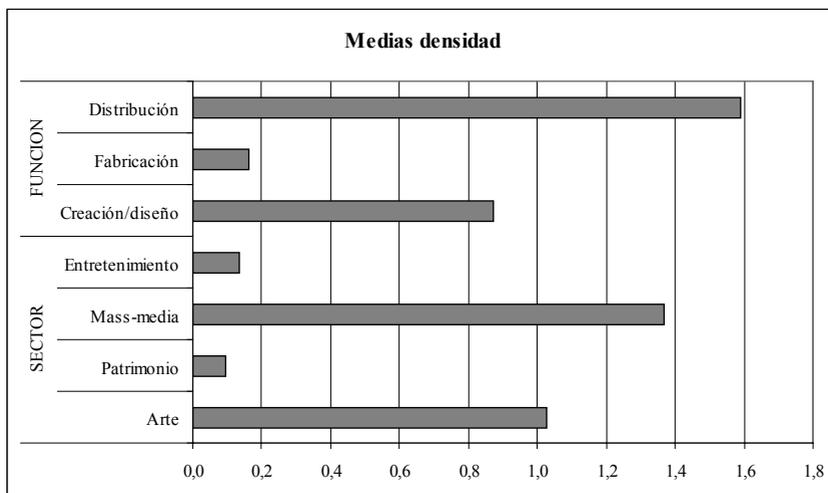
Hasta aquí los análisis muestran la relación entre jerarquía urbana y la presencia de industrias culturales, tanto en general, como para diferentes sectores y funciones, salvo no muy grandes diferencias. Esto se manifiesta en niveles superiores al 50% de concentración. Otra forma de analizar la relación entre tamaño e industrias culturales sería poner en relación las segundas, no con otros municipios, sino con la población de cada uno de ellos, esto es, el indicador de densidad.

Así, aunque se mantienen la importancia del tamaño municipal, se producen ciertas variaciones, aspectos significativos entre las ciudades con mayor y menor número de equipamientos. Por ejemplo, es Barcelona la que muestra un mayor número de establecimientos por cada mil habitantes (13), pero no seguida por Madrid, sino por Santiago de Compostela (11 establecimientos por cada mil habitantes), Las Rozas de Madrid (11), la ciudad que ocupa la tercera plaza. Madrid, ocupa el lugar número 11, con 8,3 establecimientos por mil habitantes. Con este indicador se observa que aunque existe un alto nivel de concentración al comparar ciudades entre sí, la consideración de la población de cada una de ellas desdibuja la relación entre industrias culturales y jerarquía urbana. Así, no son las ciudades más pobladas las que tienen más equipamientos en relación con sus habitantes, por ejemplo, Sevilla, que ocupa el puesto número 37 con 6 establecimientos por habitante, o Málaga que ocupa el puesto 44 con 5,8. Aunque la densidad más baja se da entre aquellos que, de hecho, tienen menos equipamientos en términos absolutos, El Prat de Llobregat (0,19), Santa Lucía de Tirajana (0,36), Calvià (1,06) y Fuengirola (1,54).

No obstante, la densidad por sectores y funciones presenta un esquema similar al de los indicadores anteriores (Figura 2), a saber: por un lado, mass-media

y arte presentan medias superiores a 1, mientras que patrimonio y entretenimiento se sitúan en el 0,1; por otro, distribución/consumo destaca sobre el resto, con una media 1,6, más baja para creación (0,87), y más aún para fabricación, muy lejos de las anteriores (0,16 de media).

FIGURA 2
INDICADORES DE DENSIDAD DE INDUSTRIAS CULTURALES: SECTOR Y FUNCIÓN PRINCIPAL. MEDIAS



Fuente: elaboración propia a partir de MEQC.

5. DIVERSIFICACIÓN Y ESPECIALIZACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES DE LOS MUNICIPIOS.

Los análisis previos han mostrado la estrecha relación entre la jerarquía urbana con la extensión y concentración de las industrias culturales. O más llanamente, la relación entre concentración de población y concentración de industrias culturales; existiendo un patrón de carácter más específico, más independiente del tamaño, respecto a la densidad general, no así por sub-dimensiones. Así pues, jerarquía urbana y concentración son las pautas básicas de la ecología de las industrias culturales en las ciudades españolas. Ahora bien, ¿en qué medida este fenómeno se encuentra relacionado con la especialización funcional de las industrias culturales en las ciudades?.

Para analizar este asunto se han elaborado dos indicadores. Por un lado, un índice de diversificación entre las cuatro dimensiones de las industrias culturales, y por otro, un indicador de relevancia para cada una de ellas. El primero daría cuenta del grado en el que las industrias culturales en un municipio se concentran en una dimensión específica o se diversifican en las cuatro dimensiones. Se trataría, pues, de un indicador global de especialización o diversificación funcional de las industrias culturales en un municipio (valores cercanos a cero y uno, respectivamente).

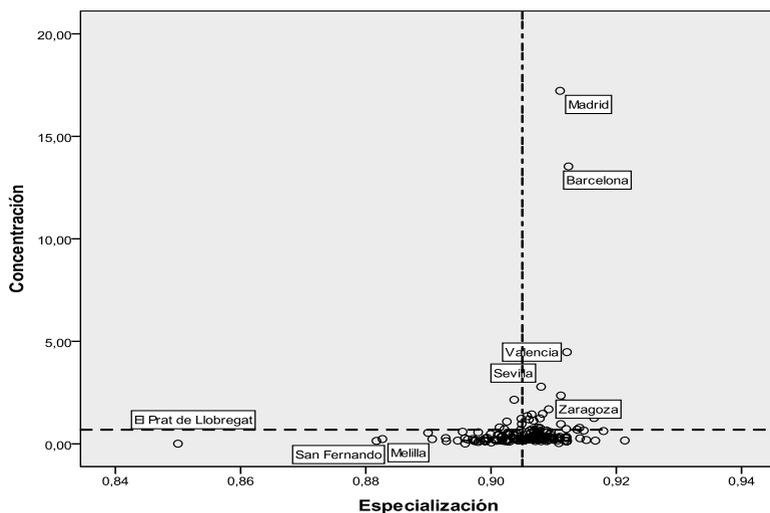
El segundo indicador mide la importancia de cada dimensión (el número de establecimientos) sobre el total de establecimientos en el municipio, esto es, su relevancia o peso relativo sobre el total de industrias culturales existente en cada uno de ellos. Se trata pues de un indicador que permite conocer la especialización funcional, pues cuanto mayor sea el indicador, mayor importancia tiene el tipo de orientación de las industrias culturales que se trate en el municipio.

El primer indicador muestra que los municipios tienden en mayor medida a la diversificación que a la especialización funcional de sus industrias culturales: la media del índice de diversificación para las 145 ciudades es igual a 0,92. Y en general, la especialización parece asociarse, aunque levemente, con la concentración de establecimientos (correlación igual a 0,164 y 0,154, respectivamente). Esto es, un mayor número de establecimientos suele implicar diversidad en sus orientaciones. Ello supondría que el fenómeno urbano, o mejor, la concentración de población se asocia con la diversificación de las industrias culturales (Fisher, 1975; Colwell y Deliring, 2002; Lucchini, 2002).

En la Figura 3, se puede apreciar, tal y como mencionamos más arriba, que existen municipios en los que la especialización y la concentración están estrechamente relacionados, principalmente en los municipios de mayor número de habitantes, siendo Madrid y Barcelona los municipios que más destacan en este aspecto, a gran diferencia del resto de ciudades que resaltan en estos dos indicadores (Valencia, Sevilla y Zaragoza).

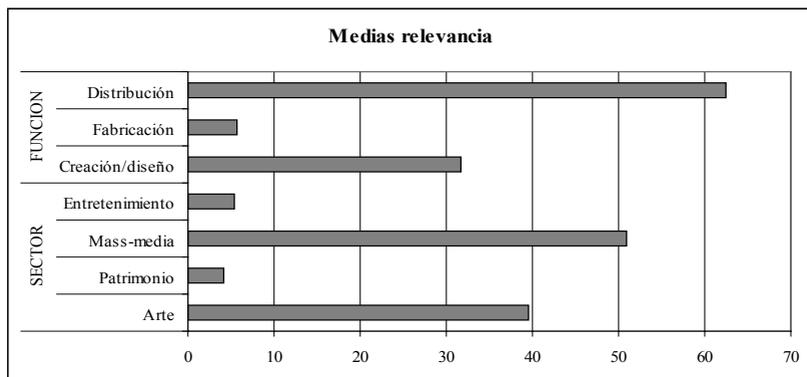
Ahora bien, ¿qué sub-dimensión u orientación de las industrias culturales es más relevante?. El análisis descriptivo muestra que destacan el 'arte' y, sobre todo, los 'mass-media', siendo minoritario el sector ligado al 'patrimonio' (Figura 4). También es visible la relevancia de la función de distribución, seguida de la de creación, y siendo muy poco relevante la función de fabricación. Esto supone que, existiendo un alto grado de diversificación, existen ciertas tendencias de especialización en torno a los sectores de los mass-media y el arte, pero sobre todo, en la función de distribución, esto es, como consumo cultural más que como creación cultural.

**FIGURA 3
CONCENTRACIÓN Y ESPECIALIZACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN ESPAÑA.**



Fuente: Elaboración propia a partir de MEQC.

**FIGURA 4
INDICADORES DE RELEVANCIA DE INDUSTRIAS CULTURALES: SECTOR Y FUNCIÓN PRINCIPAL. MEDIAS**



Fuente: elaboración propia a partir de MEQC.

Estos datos vendrían a mostrar que, con cierta independencia del tamaño municipal, las industrias culturales en las ciudades se articulan en torno a dos sectores y dos funciones, se mida en términos absolutos (extensión) o relativos con respecto a otras ciudades (indicadores de extensión y concentración) o en relación con las ciudades en sí mismas (densidad y relevancia).

Ahora bien, estos valores medios no implican que existan algunos patrones de variación entre ciudades en atención a la importancia –relevancia– que pueda tener un sector específico. De hecho, para algunos de los indicadores anteriores existe un alto nivel de variabilidad, como muestran sus desviaciones típicas (que pueden consultarse en el Anexo 3). Para conocer este asunto se ha realizado un análisis factorial con los indicadores de relevancia. Sus resultados muestran la existencia de dos grandes ejes que estructuran la especialización funcional de las industrias culturales en los municipios objeto de análisis. Uno de ellos diferencia establecimientos ligados al sector artístico y la función de distribución, por un lado, y el sector audiovisual y las funciones previas a la distribución (creación y fabricación), por otro. Si se quiere, se trataría de cierta diferenciación entre ciudades que tienen una orientación más ligada al consumo cultural y otras que lo hacen respecto a la creación audiovisual.

El otro eje diferencia entre ciudades que destacan por establecimientos orientados a la creación artística, frente a aquellas que lo hacen por ligar los sectores de patrimonio y entretenimiento con la función de distribución. Cabría ver en ello, pues, cierta distinción entre la creación artística y el consumo cultural de carácter recreativo.

CUADRO 7
**EJES DE DIVERSIFICACIÓN DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN
CIUDADES ESPAÑOLAS. SATURACIONES EN EJES FACTORIALES**

	Indicadores	Eje 1	Eje 2
Sectores	Arte (relevancia)	,254	-,902
	Patrimonio (relevancia)	,612	,550
	Mass-media (relevancia)	-,803	,253
	Entretenimiento (relevancia)	,550	,510
	Creación	-,880	-,051
Funciones	Fabricación (relevancia)	-,493	,356
	Distribución	,916	-,060
Varianza explicada (%)		36,121	36,121
Varianza explicada acumulada (%)		32,678	68,799

Análisis de componentes principales. Matriz de componentes. Rotación Varimax

Fuente: Elaboración propia a partir de MEQC.

La representación de estas dos pautas básicas de especialización funcional de las industrias culturales en las ciudades españolas de 50 mil y más habitantes permite apreciar gráficamente cuatro grandes tendencias (Figura 5):

- Ciudades en las que destaca la relevancia del sector artístico, tanto en su función de creación, como en la de distribución (zona inferior-derecha del gráfico).
- Ciudades cuyas industrias culturales más relevantes se encuentran en el sector artístico y el audiovisual, pero sobre todo, se caracterizan por centrarse en funciones previas a la distribución, esto es, la creación y la fabricación (zona inferior-izquierda del gráfico).
- Ciudades de consumo cultural en donde la función más importante es la distribución, tanto en el sector artístico, como sobre todo en el sector patrimonial y de entretenimiento (zona superior-izquierda). Se trataría de 'distritos culturales'⁵ orientados, fundamentalmente, al consumo cultural,
- Ciudades donde el entretenimiento y los mass-media son los sectores principales, combinando la distribución con la creación (zona superior-derecha).

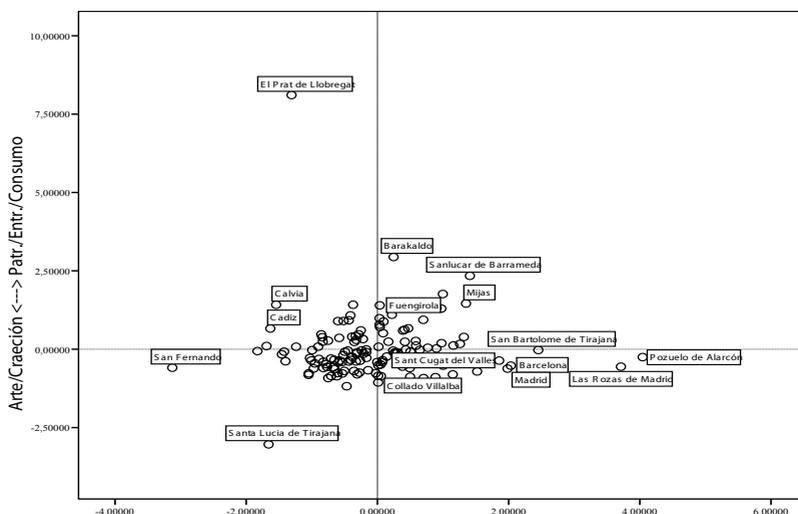
Ahora bien, también puede apreciarse que algunas ciudades destacan por una fuerte tendencia a la especialización, o mejor, por representar más claramente una de las tendencias anteriores. En ambos casos se trata de municipios cuyos establecimientos se centran en una función y/o sector, pero entre ellos pueden diferenciarse dos tipos. Por un lado, municipios de tamaño medio o pequeño que poseen un número bajo de equipamientos culturales y, además, suelen concentrarse en un tipo específico, sobre todo, centrados en la distribución, sea del sector artístico o del patrimonial; lo que se debe a la existencia de museos como único tipo de equipamiento cultural (El Prat de Llobregat, Calvià, San Fernando y Santa Lucía de Tirajana, Sanlúcar de Barrameda).

Por otro, las ciudades de mayor tamaño, como Barcelona y Madrid, así como ciudades de sus cinturones metropolitanos, altamente especializadas en el sector audiovisual, sobre todo, lo que se refiere a la creación y la fabricación: radio, TV, libros, prensa, fotografía, ... (Las Rozas, Pozuelo de Alarcón, Majadahonda, Alcobendas). Ambos casos extremos reflejan la lógica de concentración que siguen las industrias culturales: ya sea su ausencia a excepción de ciertos equipamientos, normalmente

5 Los Distritos Culturales los podemos definir como «Los lugares catalogados con la distinción HC («alto nivel cultural») son aquellos lugares artísticos y culturales, en los que un conjunto de actores económicos, no económicos e institucionales deciden utilizar algunos de los recursos idiosincrásicos compartidos artísticos, culturales, sociales, medioambientales, con objeto de desarrollar un proyecto común, que es simultáneamente un proyecto económico y un proyecto de vida» (Lazzaretti, 2006).

públicos (museos o espacios escénicos), ya sea grandes áreas urbanas donde se concentran los más importantes centros de edición y producción audiovisual. De hecho, el primer eje factorial correlaciona positivamente con los indicadores de tamaño y concentración, siendo lo contrario para el segundo⁶.

FIGURA 5
LA RELEVANCIA DE INDUSTRIAS CULTURALES EN CIUDADES: SECTORES Y FUNCIONES. PRIMER PLANO FACTORIAL (69% VARIANZA)



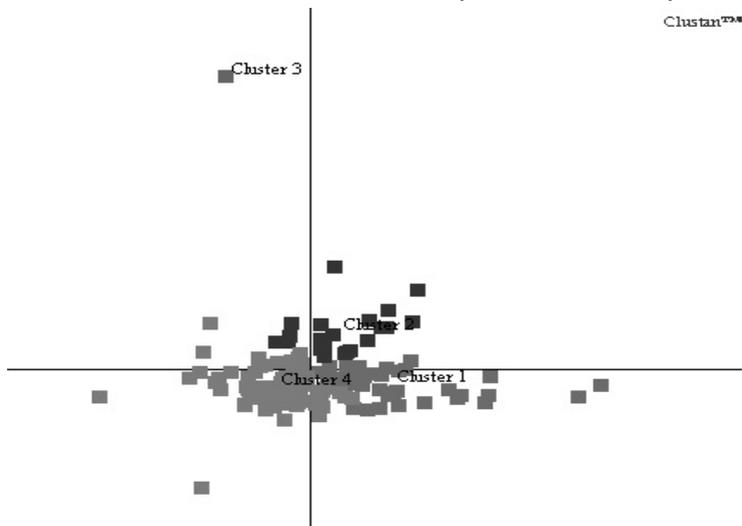
Fuente: elaboración propia a partir de MEQC.

Cabría considerar, pues, que las ciudades más destacadas en cada eje constituyen 'outliers' de la configuración general que éstos proporcionan, o mejor, 'casos típicos' en cuanto a su ejemplaridad para cada tendencia. La aplicación de análisis cluster sobre los ejes factoriales, vienen a confirmarlo, pero también a especificar las tendencias descritas (Figura 6)⁷. Así, aparecen tres grupos o tendencias claras,

- 6 La correlación del primer eje con el indicador de concentración de población, concentración de industrias culturales y diversidad de éstas es igual a 0,196; 0,254 y 0,273, respectivamente. Las correlaciones para el segundo indicador son, respectivamente, -0,119; -0,116 y -0,380.
- 7 Los análisis cluster se han realizado mediante el Método Ward (distancia euclídea al cuadrado) a partir de las puntuaciones factoriales de las ciudades en los dos ejes. La validación de los cluster finales se ha realizado mediante el coeficiente de fusión que compara los cluster con una distribución

y un solo municipio, que supondría claramente un 'outlier'. En el seno de las tres tendencias aparecen, asimismo, lo que antes hemos denominado casos típicos, o mejor, ejemplares.

FIGURA 6
TIPOS DE CIUDADES SEGÚN RELEVANCIA DE INDUSTRIAS CULTURALES. ANÁLISIS CLUSTER INCLUYENDO TODAS LAS CIUDADES DE 50 MIL Y MÁS HABITANTES. (N=145 CIUDADES)



Azul: ciudades de entretenimiento; Rojo: ciudades creativas; Fucsia: ciudades artísticas; Verdes: Outlier

Fuente: elaboración propia a partir de MEQC.

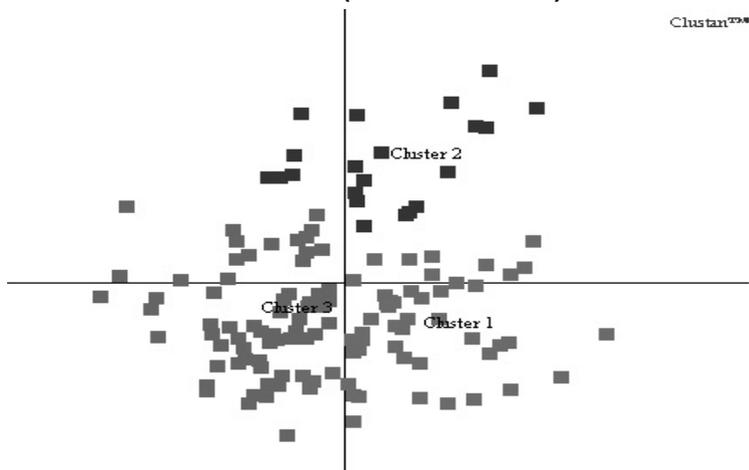
No obstante, estos últimos pudieran estar produciendo la conformación de los tres tipos o clusters. Para tratar de confirmar la existencia de estos tres tipos de ciudades, se ha realizado de nuevo el análisis cluster sin incluir estos casos ejemplares⁸. Los resultados confirman, e incluso ayudan a especificar, la existencia de esas tres tendencias (Figura 7). En atención a su localización en el plano factorial pudiera considerarse que representan tres tipos (Mapa 1) que vienen identificándose en la literatura, a saber:

aleatoria de los sujetos –ciudades– en los dos ejes. Los análisis se han desarrollado con el software Clustan.

8 Puede consultarse las ciudades incluidas en este análisis y su tipología en el anexo 4.

- ‘Ciudades creativas’: destacan por la importancia del sector audiovisual y del entretenimiento, sobre todo, en las fases de creación, producción y fabricación. Se trataría de los típicos cluster industriales centradas en estos sectores y actividades que, básicamente, dieron origen a la literatura de la economía y ciudades creativas (Scott, 2000). Este tipo agrupa a 46 ciudades.
- ‘Ciudades artísticas’: en éstas el sector más relevante es el referido a las artes, combinando la función de creación con la de distribución. Se trata, pues, de entorno de creación artística, pero también de equipamientos que ofrecen oportunidades de consumo cultural ligadas a este sector; cercanas, pues, al concepto de distritos culturales (Santagata, 2002). En este se integran 61 ciudades.
- ‘Ciudades del entretenimiento’: su rasgo característico es la función de distribución, destacando los sectores de patrimonio, entretenimiento y, en cierta medida, el audiovisual. Se asemejarían, así, a la idea de ciudades o distritos de entretenimiento (Lloyd y Clark, 2001; Clark, 2005; Judd y Fainshtein, 1999). Este grupo, el más reducido, incluía a 25 ciudades.

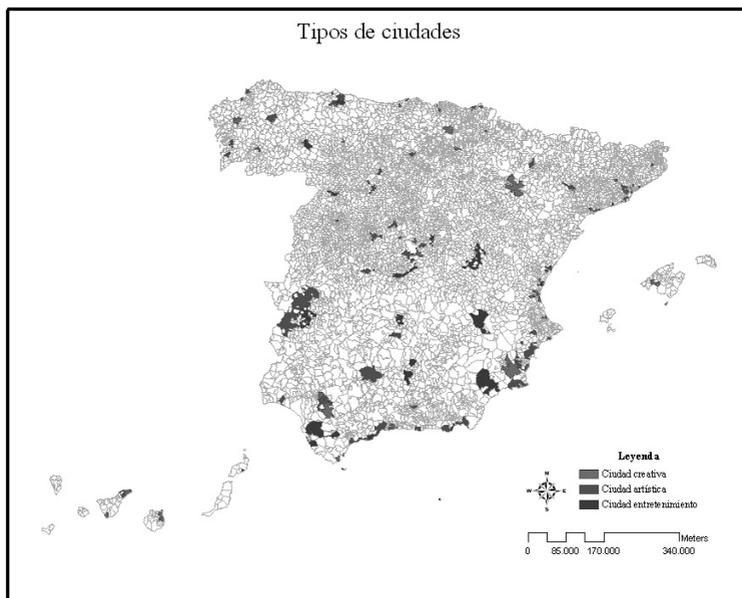
FIGURA 7
TIPOS DE CIUDADES SEGÚN RELEVANCIA DE INDUSTRIAS CULTURALES. ANÁLISIS CLUSTER ELIMINANDO ‘CASOS EJEMPLARES’ Y ‘OUTLIER’. (N=132 CIUDADES).



Azul: ciudades de entretenimiento; Rojo: ciudades creativas; Verde: ciudades artísticas

Fuente: elaboración propia a partir de MEQC.

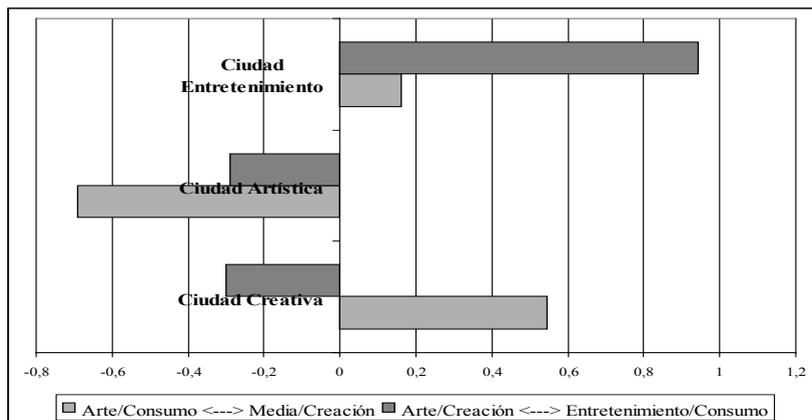
MAPA 1
TIPOS DE CIUDADES ESPAÑOLAS.



Fuente: elaboración propia a partir de MEQC.

Tal y como puede apreciarse en la Figura 8, los perfiles de estos tres tipos de ciudades son bastantes claros. La 'ciudad creativa' destaca en los dos ejes por la función de creación, combinando los sectores de arte y medios audiovisuales; la 'ciudad artística' destaca por el sector arte, tanto en las funciones de creación, como la de consumo, y la 'ciudad del entretenimiento', destaca por la función de consumo en torno al patrocinio y el entretenimiento.

FIGURA 8
PERFILES DE LOS TIPOS DE CIUDADES (CLUSTERS). MEDIAS DE LOS CLUSTER PARA LOS DOS EJES FACTORIALES



Fuente: elaboración propia a partir de MEQC.

6. COMENTARIOS FINALES

Hasta aquí se han presentado algunos aspectos básicos de las industrias culturales en las ciudades españolas de 50 mil y más habitantes, lo que supone la realidad urbana en su conjunto. Básicamente, del análisis realizado pueden destacarse dos cuestiones, o mejor, dos lógicas que articulan la ecología de las industrias culturales, 'lógica de concentración' y 'lógica de especialización funcional'.

La primera se refiere al hecho de la concentración de industrias culturales en las ciudades de mayor tamaño, pero también que en ellas existe una mayor diversificación. En ello cabe ver la importancia de la jerarquía urbana como fuerza de concentración y de diversificación de actividades, en general, y las ligadas a sector cultural. Ello se relaciona con las economías de escalas y estrategias de localización de los establecimientos (Scott, 2004), pero también con la diversidad cultural que caracteriza al fenómeno urbano, como apunta la teoría de las sub-culturas urbanas (Fisher, 1975). Si lo primero haría referencia a criterios de localización por parte de las empresas y/o instituciones, y debiera relacionarse en mayor medida con las funciones previas a la distribución, lo segundo se relacionaría más claramente con la función de distribución, en la medida en que la demanda es mayor y más diversa. No obstante, nuestros análisis muestran evidencias para el primero (correlaciones positivas entre creación y fabricación con tamaño municipal), pero no para el se-

gundo (correlación negativa con distribución). En esto último quizás intervenga la extensión de una estrategia de planificación cultural por parte de las autoridades públicas proveyendo de instalaciones de consumo cultural a los municipios con cierta independencia de su tamaño y diversidad de preferencias de consumo cultural. De hecho, la relevancia de los sectores así parece indicarlo (sólo sector audiovisual presenta correlación positiva con el tamaño municipal). Cuestión que se plantea aquí más como una tesis a explorar que como una constatación de la misma.

La segunda lógica sobre la que se han aportado evidencias se refiere a la relevancia que diferentes sectores y funciones tienen en cada municipio, o mejor, cómo se estructura la relevancia de éstos. A partir de ello han podido delimitarse tres tipos de ciudades, a las que hemos denominado: creativa, artística y de entretenimiento. Si la primera destaca por funciones previas a la distribución, y especialmente en el sector audiovisual, relacionándose positivamente con el tamaño y concentración de población, las otras lo hacen por el consumo cultural, sin guardar esa relación con la jerarquía urbana, pero una más orientada al sector de las artes, y la otra al entretenimiento.

Esta diferenciación vendría a mostrar que, en cuanto a su relevancia, existen dos orientaciones o si se quiere, lógicas; a saber: las industrias culturales ligadas al consumo cultural, principalmente a través de museos, espacios escénicos, etc.,..., y las industrias creativas, ligadas en mayor medida a la industria audiovisual (Lazzeretti y Boix, 2008). Esta última responde claramente a criterios de jerarquía urbana, o cuando menos, en mayor medida que la primera. Sin duda ello puede guardar relación con las orientaciones más instrumentales y de planificación en las políticas culturales de las autoridades públicas, o simplemente, a lógicas de concentración y localización económica, tal y como hemos apuntado más arriba.

No ha sido objeto de este trabajo dar cuenta de la prevalencia de los equipamientos o la orientación de los mismos, o explicar el por qué de las lógicas que vertebran la ecología de las industrias culturales en el espacio urbano de España, sino más bien realizar un primer acercamiento mediante la propuesta de una delimitación conceptual, el desarrollo de algunos indicadores que permitan el análisis comparado, y una muestra de su aplicación para identificar tipos de ciudades según la importancia de diferentes sectores y/o funciones culturales, tal y como apunta la literatura al respecto. Sin duda, este ejercicio puede mejorarse y profundizarse, sirvan estos mínimos argumentos y evidencias para iniciar un análisis comparado, entre otros, sobre industrias culturales en las ciudades españolas.

BIBLIOGRAFÍA

- BASSET, K. (1993): 'Urban cultural strategies and urban cultural regeneration: a case study and critique', en *Environment and Planning A*, nº 25, pp. 1773-1788.
- BIANCHINI, F. (1993): 'Remaking European cities: the role of cultural politics', Bianchini, F. y Parkinson, M. (eds.): *Cultural Policy and Urban Regeneration: the West European Experience*, Manchester, Manchester University Press, pp. 1-20.
- BROOKS, D. (2000): *Bobos in Paradise: The New Upper Class and How They Got There*, New York, Touchtone.
- CAVES, R. (2000): *Creative industries: contracts between art and commerce*, Cambridge, MA: Cambridge University Press.
- CLARCK, T.N. (ed.) (2003): *The City as an Entertainment Machine*, Elsevier Ltd.
- CLARCK, T.N. et al. (2005): 'Amenities drive urban growth?', *Journal of Urban Affairs*, vol. 24, nº 5, pp. 493-515.
- COLWELL, P.F. y DELIRING, C.A. (2002): 'Recreation density and residential location', *Journal of Urban Economy*, 51, pp. 418-428.
- COOKE, P. y LAZZERETTI, L. (2008): *Creative Cities, cultural clusters and local Economic Development*, Cheltenham: Edward Elgar.
- EISINGER, E. (2000): 'The politics of bread and circuses: building the city for the visitor class', *Urban Affairs Review*, 35(3), pp. 316-333.
- EUROSTAT, (2000): *Cultural statistics in the EU*, Luxemburg, Final report of the LEG.
- EUROSTAT, (2006): *The Economy of Culture in Europe*. Luxembourg, Eurostat/European Union.
- FISHER, C. S. (1975): 'Toward a Subcultural Theory of Urbanism', *American Journal of Sociology*, 6, vol. 80, pp. 1319-1341.
- FLORIDA, R. (2002): *The Rise of the Creative Class : And How It's Transforming Work, Leisure, Community and Everyday life*, New York, Basic Books.
- FLORIDA, R. (2004): *The Flight of Creative Class*, New York, Harper Collins
- FLORIDA, R. (2009): *Las ciudades creativas: Por qué dónde vives puede ser la decisión más importante de tu vida*. Barcelona, Paidós Ibérica.
- GARCÍA, B. (2004): 'Cultural Policy and Urban Regeneration in Western European Cities: Lessons from Experience, Prospects for the Future', *Local Economy*, 19(4), pp. 312-326.
- GARCÍA, N.I.; FERNÁNDEZ, Y. y ZOFIO, J.L. (2003): 'The Economic Dimension of the Culture and Leisure Industry in Spain: National, Sectoral and Regional Analysis', *Journal of Cultural Economics*, 27, pp. 90-30.
- GREENWOOD, M.J. and HUNT, G. (1989): 'Jobs versus Amenities in the Analysis of Metropolitan Migration', *Journal of Urban Economics*, 21, pp. 1-16.
- GOBIERNO DE HOLANDA (2005): *Our Creative Potential Paper on Culture and Economy*, A joint publication of the Ministry of Economic Affairs and the Ministry of Education, Culture and Science.
- HESMONDHALGH, D. y PRATT C. (2005): 'Cultural industries and cultural policy', *International Journal of Cultural Policy*, 11(1), pp. 1-13.
- JUDD, D.R. y FAINSTEIN, S.S. (eds.) (1999): *The Tourist City*, New Haven, Yale University Press.
- KAPLE, D.A.; MORRIS, L.; RIUKIN-FUSH, Z. y DIMAGGIO, L. (1996): Data on Arts Organizations. A Review and needs assessments, with design implications, WP 1, Centre for Arts and Cultural Policy Studies, Princeton, Princeton University.
- KEA (2006): *The Economy of culture in Europe*, página 56. Study prepared for the European Commission (Directorate-General for Education and Culture).
- LANDRY, Ch. y BIANCHINI, F. (1995): *The Creative City*, London, Demos.
- LAZZERETTI, L. (2006): 'Creative firms in creative regions: the case of Florence'; en Cooke, P. y Schwarz, D., eds.: *Creative regions: technology, culture and knowledge entrepreneurship*, pp. 169-196, Cheltenham, Edward Elgar

- LAZZERETTI, L (2007): 'Culture, Creativity and Local Economic Development: Evidence from Creatives Industries in Florence', in Cooke, P. & Schwartz, D. (2007) *Creatives Regions*, Technology, Culture and Knowledge, pp.169-196, London, Routledge
- LAZZERETTI, L (2008): 'The cultural districtualization model' in Cooke, P.& Lazzeretti, L (2008), *Creatives Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*, pp 93-120, Cheltenham, Edward Elgar.
- LAZZERETTI, L. y BOIX, R. (2008): 'Do creative Industries cluster? Mapping Creative Local Production Systems in Italy and Spain', *Industry and Innovation*, Vol.15 (5), pp. 549-567.
- LLOYD, R. y CLARK, T. N. (2001): 'The City as an Entertainment Machine' *Research in Urban Sociology: Critical Perspectives on Urban Redevelopment* 6, pp. 357-378.
- LUCHINI, F. (2002): *La culture au service des Villes*, Paris, Anthropos.
- MINISTERIO DE CULTURA (2006): *El valor económico de la cultura en España*, Madrid, Ministerio de Cultura.
- MOMMAAS, H. (2004): 'Cultural Clusters and the Post-industrial City', *Urban Studies*, 41(3), pp. 507-532.
- O'CONNOR, J. (2007): *The cultural and creative industries: a review of the literature*, Leeds, The University of Leeds.
- RÖSELL, J. (2007): 'Conditions for the Explanatory Power of Life Styles', *European Sociological Review*, november, pp. 1-11.
- ROTHFIELD, L. (1999): 'Cultural policy studies: A guide for perplexed humanists', Working Paper, Cultural Policy Center, Chicago, University of Chicago.
- SANTAGATA, W. (2002): 'Cultural districts, property rights and sustainable economic growth', *International Journal of Urban and Regional Research*, 26(1), pp. 9-23.
- SCHUSTER, J.M. (2002): *Informing Cultural Policy: The Research and Information Infrastructure*, Centre for Urban Policy Research, Princeton, Princeton University.
- SCOTT, A. (1997): 'The cultural economy of cities', *International Journal of Urban and Regional Research*, 21(2), pp. 323-339.
- SCOTT, A. (2000): *The Cultural Economy of Cities. Essays on the Geography of Image-Producing Industries*, London, SAGE.
- SCOTT, A. (2004): 'Cultural-products industries and urban economic development', *Urban Affairs Review*, 39(4), pp. 461-490.
- SCOTT, A.J. (2006): 'Creative Cities: conceptual issues and policy questions', *Journal of Urban Affairs*, 28(1), pp. 1-17.
- SHARP, E.B. (2005): *Morality Politics in American Cities*, Lawrence, University Press of Kansas.
- TOWSE, R. (2010): 'The Creatives Industries' in Towse, R.(2010) *A Textbook of Cultural Economics*, pp. 371-536. Cambridge, U.K: Cambridge University Press.
- UNTACD (2008): *Creative Economy. Report 2008*, United Nations.

ANEXO 1 CLASIFICACIÓN DE LOS EQUIPAMIENTOS

EQUIPAMIENTO	SECTOR	FUNCIÓN PRINCIPAL	FUENTE
Galerías de arte	Artes	Distribución	Páginas Amarillas
Academias de danza y pintura	Artes	Distribución	Páginas Amarillas
Elaboración de vinos	Patrimonio	Fabricación	CNAE
Edición de libros	Mass-media	Fabricación	CNAE
Edición sonido grabado	Mass-media	Fabricación	CNAE
Fabricación material fotográfico	Artes	Fabricación	CNAE
Fabricación aparatos sonido e imagen	Mass-media	Fabricación	CNAE
Fabricación instrumentos fotográficos	Artes	Fabricación	CNAE
Fabricación instrumentos musicales	Artes	Fabricación	CNAE
Comercio al por mayor de aparatos de radio y televisión	Mass-media	Distribución	CNAE
Comercio al por menor de aparatos de radio y televisión	Mass-media	Distribución	CNAE
Comercio al por menor de libros y periódicos	Artes	Distribución	CNAE
Publicidad	Mass-media	Creación	CNAE
Actividades fotográficas	Artes	Creación	CNAE
Producción cinematográfica y vídeo	Mass-media	Creación	CNAE
Distribución de películas	Mass-media	Distribución	CNAE
Actividades de radio y televisión	Mass-media	Creación	CNAE
Creación e interpretación artística y literaria	Artes	Creación	CNAE
Gestión de salas de espectáculos	Entretenimiento	Distribución	CNAE
Actividades de ferias y parques de atracciones	Entretenimiento	Distribución	CNAE
Otras actividades de espectáculos	Artes	Creación	CNAE
Actividades de museos y conservación de edificios y lugares históricos	Patrimonio	Creación	CNAE
Actividades de jardines botánicos, zoológicos y parques nacionales	Patrimonio	Creación	CNAE
Gestión de instalaciones deportivas	Entretenimiento	Distribución	CNAE
Edición de periódicos y revistas	Mass-media	Fabricación	CNAE
Impresión de periódicos y otros	Mass-media	Fabricación	CNAE
Actividades gráficas y otras relacionadas	Artes	Creación	CNAE
Museos arqueológicos	Patrimonio	Distribución	Ministerio Cultura
Museos de arte contemporáneo	Artes	Distribución	Ministerio Cultura
Museos de artes decorativas	Artes	Distribución	Ministerio Cultura
Museos de bellas artes	Artes	Distribución	Ministerio Cultura

continúa...

ANEXO 1
CLASIFICACIÓN DE LOS EQUIPAMIENTOS
(CONCLUSIÓN)

EQUIPAMIENTO	SECTOR	FUNCIÓN PRINCIPAL	FUENTE
Casas museos	Patrimonio	Distribución	Ministerio Cultura
Museos de ciencia y tecnología	Patrimonio	Distribución	Ministerio Cultura
Museos de ciencias naturales	Patrimonio	Distribución	Ministerio Cultura
Museos de sitio	Patrimonio	Distribución	Ministerio Cultura
Museos especializados	Patrimonio	Distribución	Ministerio Cultura
Museos de etnografía y antropología	Patrimonio	Distribución	Ministerio Cultura
Museos generales	Patrimonio	Distribución	Ministerio Cultura
Museos de historia	Patrimonio	Distribución	Ministerio Cultura
Otros museos/colecciones	Patrimonio	Distribución	Ministerio Cultura
Salas de cine	Entretenimiento	Distribución	Ministerio Cultura
Festivales de cine	Entretenimiento	Distribución	Ministerio Cultura
Espacios escénicos	Patrimonio	Distribución	Ministerio Cultura
Peñas flamencas	Entretenimiento	Distribución	Ministerio Cultura
Bibliotecas	Patrimonio	Distribución	Ministerio Cultura

ANEXO 2 RANKING DE INDICADORES POR MUNICIPIOS

Extensión	Concentración	Diversidad	Densidad	Relevancia Artes	Relevancia Patrimonio
Madrid	Madrid	Sanlúcar de Barrameda	Barcelona	Santa Lucía de Tirajana	El Prat de Llobregat
Barcelona	Barcelona	Jerez de la Frontera	Santiago de Compostela	San Fernando	Sanlúcar de Barrameda
Valencia	Valencia	Aranjuez	Las Rozas de Madrid	Calvià	Cádiz
Sevilla	Sevilla	San Sebastián	San Sebastián	Pamplona	Jerez de la Frontera
Zaragoza	Zaragoza	Cerdanyola del Vallès	Pozuelo de Alarcón	Torrejón de Ardoz	Albacete
Málaga	Málaga	Logroño	Marbella	Ourense	Ceuta
Bilbao	Bilbao	Ciudad Real	Girona	Coslada	Aranjuez
Palma de Mallorca	Palma de Mallorca	Vitoria	A Coruña	Cartagena	Ciudad Real
Alicante	Alicante	Santiago de Compostela	Bilbao	Ferrol	Las Palmas
A Coruña	A Coruña	Barcelona	Valencia	Valdemoro	Calvià
Relevancia mass-media	Relevancia Entretenimiento	Relevancia Creación/diseño	Relevancia Fabricación	Relevancia Distribución	
Pozuelo de Alarcón	Barakaldo	Las Rozas de Madrid	Sanlúcar de Barrameda	El Prat de Llobregat	
Las Rozas de Madrid	Calvià	Majadahonda	Aranjuez	Melilla	
Alcobendas	El Prat de Llobregat	Pozuelo de Alarcón	Jerez de la Frontera	San Fernando	
Majadahonda	Mijas	Santa Lucía de Tirajana	Sant Cugat del Valles	Ceuta	
Arrecife	Siero	San Bartolomé de Tirajana	Madrid	Parla	
Marbella	Ponferrada	Alcobendas	Barcelona	Cádiz	
Torrevieja	Ciudad Real	Barcelona	Pozuelo de Alarcón	Cartagena	
San Sebastián de los Reyes	Linares	San Sebastián	Las Rozas de Madrid	Torrelavega	
Melilla	Fuengirola	Madrid	San Sebastián	Viladecans	
Gandía	El Puerto de Santa María	Paterna	Logroño	Ávila	

ANEXO 3
DESCRIPTIVOS POR INDICADORES
DESCRIPTIVOS INDICADORES: CIUDADES DE 50 MIL Y MÁS HABITANTES

		Mínimo	Máximo	Media	Dev. típ.	
EXTENSIÓN	SECTOR	Arte	1,000	4422,000	203,145	479,816
		Patrimonio	0,000	378,000	18,083	42,135
		Mass-media	0,000	8153,000	289,262	861,465
	FUNCION	Entretención	0,000	438,000	23,345	49,559
		Creación/diseño	0,000	6115,000	197,793	653,450
		Fabricación	0,000	1564,000	42,883	165,656
DENSIDAD	SECTOR	Distribución	5,000	5650,000	293,159	615,734
		Arte	0,016	2,470	1,025	0,408
		Patrimonio	0,000	0,404	0,096	0,072
	FUNCION	Mass-media	0,000	4,142	1,367	0,652
		Entretención	0,000	0,514	0,135	0,072
		Creación/diseño	0,000	3,188	0,870	0,517
CONCENTRACIÓN	SECTOR	Fabricación	0,000	0,759	0,164	0,126
		Distribución	0,082	3,032	1,589	0,516
		Arte	0,003	15,012	0,690	1,629
	FUNCION	Patrimonio	0,000	14,416	0,690	1,607
		Mass-media	0,000	19,438	0,690	2,054
		Entretención	0,000	12,939	0,690	1,464
RELEVANCIA	SECTOR	Creación/diseño	0,000	21,321	0,690	2,278
		Fabricación	0,000	25,153	0,690	2,664
		Distribución	0,012	13,292	0,690	1,449
	FUNCION	Arte	14,593	63,636	39,603	7,717
		Patrimonio	0,000	66,667	4,108	5,876
		Mass-media	0,000	80,622	50,880	8,905
RELEVANCIA	FUNCION	Entretención	0,000	21,459	5,410	2,898
		Creación/diseño	0,000	58,333	31,732	8,395
		Fabricación	0,000	18,898	5,755	2,810
		Distribución	30,263	100,000	62,513	9,581

N= 145 ciudades de 50 mil y más habitantes

**DESCRIPTIVOS INDICADORES:
CIUDADES DE 50 MIL A 400 MIL HABITANTES**

			Mínimo	Máximo	Media	Dev. tip.
EXTENSIÓN	SECTOR	Arte	1,000	569,000	127,138	114,394
		Patrimonio	0,000	80,000	12,130	13,836
		Mass-media	0,000	872,000	161,109	139,848
	FUNCION	Entretenimiento	0,000	59,000	15,355	11,913
		Creación	0,000	599,000	103,072	97,129
		Fabricación	0,000	150,000	19,391	21,907
		Distribución	5,000	789,000	193,268	158,496
DENSIDAD	SECTOR	Arte	0,016	2,470	1,007	0,401
		Patrimonio	0,000	0,404	0,096	0,073
		Mass-media	0,000	4,142	1,332	0,618
	FUNCION	Entretenimiento	0,000	0,514	0,134	0,072
		Creación	0,000	3,188	0,841	0,483
		Fabricación	0,000	0,623	0,156	0,113
		Distribución	0,082	3,032	1,573	0,515
CONCENTRACIÓN	SECTOR	Arte	0,003	1,932	0,432	0,388
		Patrimonio	0,000	3,051	0,463	0,528
		Mass-media	0,000	2,079	0,384	0,333
	FUNCION	Entretenimiento	0,000	1,743	0,454	0,352
		Creación	0,000	2,089	0,359	0,339
		Fabricación	0,000	2,412	0,312	0,352
		Distribución	0,012	1,856	0,455	0,373
RELEVANCIA	SECTOR	Arte	14,593	63,636	39,657	7,861
		Patrimonio	0,000	66,667	4,173	6,015
		Mass-media	0,000	80,622	50,691	9,039
	FUNCION	Entretenimiento	0,000	21,459	5,478	2,946
		Creación	0,000	58,333	31,459	8,376
		Fabricación	0,000	18,898	5,625	2,765
		Distribución	30,263	100,000	62,917	9,433

N= 138 ciudades de entre 50 mil y 400 mil habitantes

ANEXO 4 TIPOLOGÍA DE CIUDADES

CIUDAD	TIPO DE CIUDAD	CIUDAD	TIPO DE CIUDAD	CIUDAD	TIPO DE CIUDAD
Valencia	Creativa	León	Artística	Ciudad Real	Entretenimiento
Sevilla	Creativa	Lleida	Artística	Rubi	Creativa
Zaragoza	Creativa	Marbella	Creativa	Meilla	Entretenimiento
Málaga	Artística	Cádiz	Artística	Mijas	Entretenimiento
Murcia	Creativa	Dos Hermanas	Artística	Benidorm	Entretenimiento
Palma de Mallorca	Creativa	Mataro	Creativa	Fuengirola	Entretenimiento
Las Palmas	Creativa	Santa Coloma de Gramanet	Artística	Alcalá de Guadaira	Artística
Bilbao	Creativa	Torrejon de Ardoz	Artística	Ponferrada	Entretenimiento
Alicante	Artística	Jaén	Entretenimiento	Zamora	Entretenimiento
Córdoba	Artística	Algeciras	Creativa	Sagunto	Entretenimiento
Valladolid	Artística	Parla	Artística	vilanova i la geltru	Entretenimiento
Vigo	Artística	Reus	Creativa	Rivas-Vaciamadrid	Creativa
Gijón	Artística	Ourense	Artística	La Línea de la Concepción	Entretenimiento
L'Hospitalet de Llobregat	Artística	Torreveja	Creativa	Torremolinos	Creativa
A Coruña	Artística	Telde	Creativa	Estepona	Artística
Granada	Artística	Lugo	Artística	Viladecans	Artística
Vitoria	Creativa	Girona	Creativa	Molina de Segura	Creativa
Elche	Artística	Santiago de Compostela	Creativa	Paterna	Creativa
Santa Cruz de Tenerife	Creativa	Cáceres	Artística	Alcoi	Artística
Oviedo	Artística	Lorca	Entretenimiento	Linares	Entretenimiento
Badalona	Creativa	Coslada	Artística	Irún	Creativa
Cartagena	Artística	Talavera de la Reina	Artística	Castelldefels	Creativa
Móstoles	Artística	El Puerto de Santa María	Entretenimiento	Granollers	Creativa
Terrassa	Artística	Cornella de Llobregat	Creativa	Motril	Artística

continúa...

ANEXO 4 TIPOLOGÍA DE CIUDADES (CONCLUSIÓN)

CIUDAD	TIPO DE CIUDAD	CIUDAD	TIPO DE CIUDAD	CIUDAD	TIPO DE CIUDAD
Jerez de la Frontera	Entretención	Orihuela	Artística	Arrecife	Creativa
Sabadell	Creativa	Aviles	Creativa	Valdemoro	Artística
Alcalá de Henares	Artística	Palencia	Artística	Cerdanyola del Vallès	Creativa
Pamplona	Artística	Sant Boi de Llobregat	Artística	Segovia	Artística
Fuenlabrada	Artística	Getxo	Creativa	Ávila	Artística
Almería	Artística	Guadalajara	Entretención	Benalmadena	Creativa
San Sebastián	Creativa	El Ejido	Artística	Torrelavega	Artística
Leganes	Artística	Toledo	Entretención	Merida	Entretención
Santander	Artística	Pontevedra	Artística	Elda	Artística
Castellon de la Plana	Artística	Gandia	Creativa	Collado Villalba	Creativa
Burgos	Artística	Roquetas de Mar	Entretención	Cuenca	Entretención
Alcorcon	Artística	Ceuta	Entretención	Aranjuez	Entretención
Albacete	Entretención	Torrent	Creativa	Mollet del Vallès	Creativa
Getafe	Creativa	Sant Cugat del Valles	Creativa	San Vicente del Raspuig	Artística
Salamanca	Artística	Chiclana de la Frontera	Entretención	Puertollano	Artística
Logroño	Creativa	Arona	Creativa	Huesca	Artística
San Cristobal de la Laguna	Artística	Manresa	Artística	Vila-real	Artística
Huelva	Artística	Ferrol	Artística	Arganda del Rey	Creativa
Badajoz	Artística	Vélez-Málaga	Creativa	Siero	Entretención
Tarragona	Artística	San Sebastian de los Reyes	Creativa	Utrera	Creativa
Ciudad Real	Entretención				

