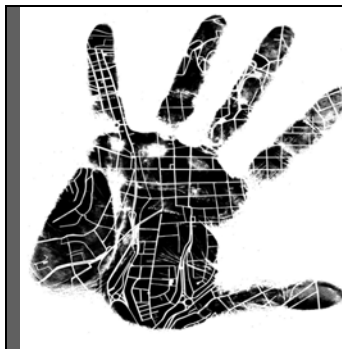




Jornadas. 8 y 9 de Julio, 2010. Málaga

## **REPENSANDO LA METRÓPOLIS. PRÁCTICAS EXPERIMENTALES EN TORNO A LA CONSTRUCCIÓN DE NUEVOS DERECHOS URBANOS**

### **LA RELEVANCIA DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES EN LAS CIUDADES ESPAÑOLAS. UN PRIMER ACERCAMIENTO**

Clemente J. Navarro

Gerardo Guerrero

Centro de Sociología y Políticas Locales de la Universidad Pablo de Olavide

#### **Línea Temática**

Ciudades creativas. Gobernanza cultural, innovación social e instituciones de lo común

#### **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, la presente propuesta 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 deferentes 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,... 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.

El Centro de Estudios Andaluces es una entidad de carácter científico y cultural, sin ánimo de lucro, adscrita a la Consejería de la Presidencia de la Junta de Andalucía.

El objetivo esencial de esta institución es fomentar cuantitativa y cualitativamente una línea de estudios e investigaciones científicas que contribuyan a un más preciso y detallado conocimiento de Andalucía, y difundir sus resultados a través de varias líneas estratégicas.

El Centro de Estudios Andaluces desea generar un marco estable de relaciones con la comunidad científica e intelectual y con movimientos culturales en Andalucía desde el que crear verdaderos canales de comunicación para dar cobertura a las inquietudes intelectuales y culturales.



**Las opiniones publicadas por los autores en esta colección son de su exclusiva responsabilidad. El uso de cualquiera de las imágenes incluidas en este documento deberá ser autorizado por el correspondiente titular del copyright.**

© De los textos: sus autores.

© 2010. Fundación Pública Andaluza Centro de Estudios Andaluces. Consejería de la Presidencia. Junta de Andalucía  
<http://www.centrodeestudiosandaluces.es/>

Prohibida su venta.

# **La relevancia de las industrias culturales en las ciudades españolas. Un primer acercamiento**

## **1. 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).

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 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 involucreción política (Sharpe, 2005; Clark y Navarro, 2007).

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 culturales'.

Para ello, después de revisar aspectos básicos de la definición conceptual y operativa de las industrias culturales, en el segundo apartado, se hacen propuestas acerca de indicadores para analizar la extensión e importancia de las industrias culturales en ciudades española de 50 mil y más habitantes, en el tercero. Se presentan resultados empíricos mediante la aplicación de esos indicadores en el cuarto apartado, tratando de presentar algunas conclusiones al respecto en el cuarto y último apartado.

## **2. Industrias culturales, 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).

## **2.1. 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. Es desde esta perspectiva desde la que se desarrolla la cada vez más abundante literatura de las 'ciudades creativas' (Scott, 2004; O'Connor, 2007). 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 (tabla 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.

**Tabla 1. Clasificación de 'bienes creativos'**

|               |           | Organización productiva             |                                                      |
|---------------|-----------|-------------------------------------|------------------------------------------------------|
|               |           | Artisanal                           | Masa                                                 |
| Uso principal | Estético  | (1) 'Artes'<br>(una pintura)        | (2) Industrias<br>culturales<br>(libros, prensa,...) |
|               | Funcional | (3) Diseño<br>(cerámica decorativa) | (4) Diseño industrial<br>(muebles de cocina)         |

Fuente: Naciones Unidas (2008: 95).

Lo anterior supone, principalmente, una lógica tensional 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, 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 la tabla 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'.

**Tabla 2. Industrias y 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)                           | Si                    | No                                                  | Si                                                       |
|                       |                          | Arte dramático (teatro, danza, circo,...)                                 |                       |                                                     |                                                          |
|                       |                          | Patrimonio (museos, bibliotecas, yacimientos arqueológicos, archivos,...) |                       |                                                     |                                                          |
|                       | Industrias               | Cine y Video                                                              | Si                    | Si                                                  | Si                                                       |

|                      |                                    |                            |    |       |    |
|----------------------|------------------------------------|----------------------------|----|-------|----|
|                      | culturales                         | TV y Radio                 |    |       |    |
|                      |                                    | Video juegos               |    |       |    |
|                      |                                    | Música                     |    |       |    |
|                      |                                    | Libros y prensa            |    |       |    |
| Industrias creativas | Industrias y actividades creativas | Diseño (moda, gráfico, ..) | No | Si/No | Si |
|                      |                                    | Arquitectura               |    |       |    |
|                      |                                    | Publicidad                 |    |       |    |
|                      | Industrias relacionadas            | Computadores, PM3,..       | No | Si    | Si |

Fuente: EUROSTAT (2006).

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'.

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. A este respecto, y como es común para cualquier otro proceso productivo, suele diferenciarse tres momentos o funciones: la creación, la producción o fabricación y la distribución (UN, 2008). Esta es la propuesta, por ejemplo, del gobierno Holandés (2006), tal y como se refleja en la tabla 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 (sombreado oscuro en la tabla); 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 (sombreado claro en la tabla). Así pues, esta definición parece acentuar como criterio clasificatorio el tipo momento de la producción cultural, que el sector propiamente dicho.

**Tabla 3. Industrias creativas sectores y cadena de producción**

|           | Cadena de producción                                                                                        |                                                                                                                      |                                                                                                                  |
|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Sector    | <i>Creación</i>                                                                                             | <i>Producción tangible</i>                                                                                           | <i>Distribución</i>                                                                                              |
| Las artes | <i>Artes visuales y fotografía, arte dramático, organización de eventos culturales, centros recreativos</i> | <i>Artes visuales y fotografía<br/>Producción de arte dramático y música<br/>Reproducción y publicación de CDs y</i> | <i>Museos y zonas de exhibiciones, galerías de arte<br/>Teatros y salas de concierto<br/>Venta de CDs y DVDs</i> |

|                              |                                                                                                                                   |                                                                                                    |                                                                                                                   |
|------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                              |                                                                                                                                   | <i>DVDs</i><br><i>Centros recreativos</i>                                                          | <i>Centros culturales y recreativos</i>                                                                           |
| Mass-media y entretenimiento | <i>Cine, TV y Radio (pre-producción, guiones,...)</i><br><i>Literatura</i><br><i>Periodismo</i>                                   | <i>Producción cine, TV y Radio</i><br><i>Editoriales</i><br><i>Impresión</i>                       | <i>Distribución y visionado</i><br><i>Bibliotecas públicas, librerías</i><br><i>Venta de prensa</i>               |
| Servicios creativos          | <i>Diseño (industrial, moda, gráfico,...)</i><br><i>Nuevas tecnologías</i><br><i>Arquitectura, urbanismo</i><br><i>Publicidad</i> | Fabricación de muebles, ropa,...<br>Fabricación de video-juegos, software<br>Estudios arquitectura | Venta de ropa, muebles,...<br>Venta de computadoras, software<br>Ejecución de proyectos<br>Empresas de publicidad |

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

Fuente: *Our Creative Potential* (2005)

En resumen, aunque existen diversas, quizás múltiples, definiciones para las industrias culturales y/o creativas, básicamente se utilizan dos criterios para su delimitación, incluyendo cada propuesta diferentes sectores y productos en función de los sectores y funciones que consideren.

## 2.2. 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 con el criterio 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 (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 mismo, así como de espacios escénicos o bibliotecas. Por 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 Amarillas<sup>1</sup>.

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 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 la tabla 4, así como el número total de equipamientos o establecimientos que se incluyen en esas sub-dimensiones<sup>2</sup>.

**Tabla 4. Dimensiones y sub-dimensiones de las industrias culturales**

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

<sup>1</sup> En el marco del proyecto 'La Dinámica Cultural de las Ciudades' se están utilizando diferentes fuentes de datos. Así, además de los datos de las Cámaras de Comercio, se utilizan otras que, aunque menos sistematizadas, aportan información sobre equipamientos culturales. Así, se ha hecho uso de *CulturaBase*, aunque la mayoría de datos no están desagregados a nivel municipal. Pero también se ha hecho una consulta sistemática de las Páginas Amarillas, estos últimos, que están siendo validados no se han incluido en el presente análisis, así como otras de fuente de datos específicas que se están depurando y preparando para su eventual análisis.

<sup>2</sup> En adelante, y por economía de lenguaje, utilizaremos como sinónimos establecimiento y equipamiento. En el Anexo puede consultarse el valor de cada equipamiento para cada dimensión.

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 distribuyen de forma más igualitaria entre los sectores. Ahora bien, lo que aquí se considerará el número de equipamientos existentes en cada municipio en particular, asignando, digámoslo así, un punto por cada equipamiento que esté incluido en una sub-dimensión, de los sectores, y en el mismo equipamiento, para la sub-dimensión que corresponda para 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.

Así, podremos delimitar la extensión o importancia numérica de cada sub-dimensión en los municipios. Además, se han elaborado otros cuatro para dar cuenta del nivel de concentración de las industrias culturales para el conjunto de ciudades analizadas, un indicador de densidad, otro de relevancia y, por último, otro de diversidad. Su definición operativa parece en la tabla 5, así como en los comentarios que se hacen en los próximos apartados. Su delimitación y uso, 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.

**Tabla 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)                |

### **3. 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.

### **3.1. La centralidad urbana de las industrias culturales: extensión y concentración**

Según el indicador de extensión, 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).

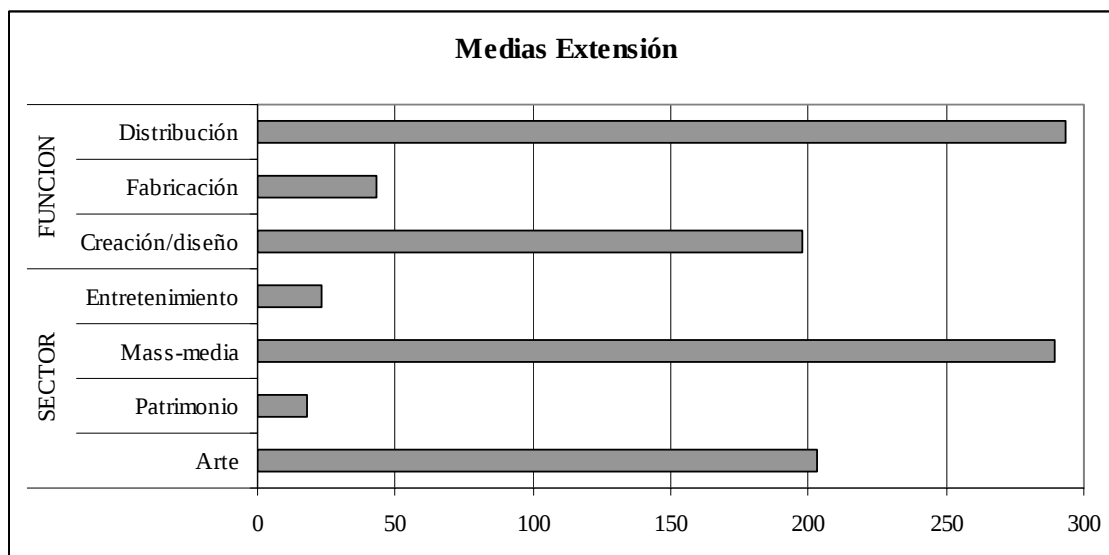
Lo anterior se refleja, claramente, en el nivel de concentración de las industrias culturales, mediado como el número total de establecimientos existente en una ciudad sobre el total existente en todas las ciudades mayores de 50 mil habitantes, a saber: la media es a 0,69. De nuevo, es Madrid la ciudad 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 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).

### **3.2. 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).

**Gráfico 1. Indicadores de Extensión de industrias culturales: sector y función principal.**  
Medias



Así, en lo que respecta al número de establecimientos (o extensión) puede apreciarse en el gráfico 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 como 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 audio-visuales (mass-media) y la función de fabricación, lo que indica el fuerte nivel de concertación de este sector y función en las grandes ciudades. Por lo demás, los niveles son bastante parecidos entre el resto de sectores y funciones.

**Tabla 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                                     |

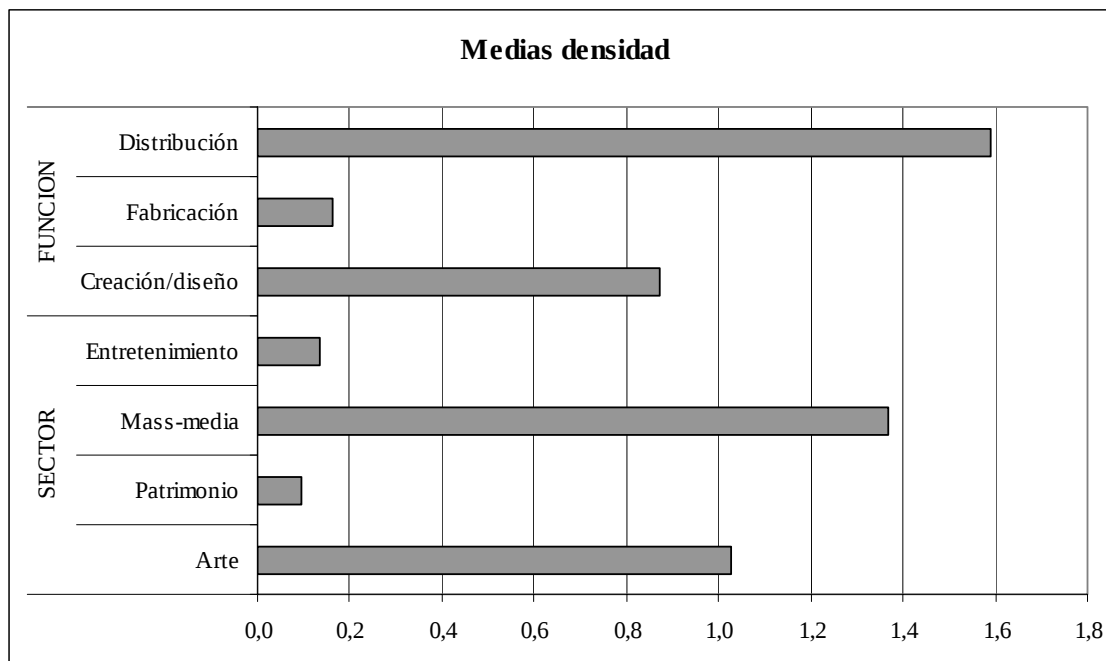
Hasta aquí los análisis muestran la relación entre jerarquía urbana y la presencia de industrias culturales, tanto en general, como para diferentes sectores y funciones, salvo no muy grandes diferencias. Esto se manifiesta en niveles muy altos de concentración. Otra forma de analizar la relación entre 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 para 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 habitantes, 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 (gráfico 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)<sup>3</sup>.

<sup>3</sup> Con los indicadores de densidad para cada sub-dimensión se han realizado análisis similares con el tamaño y concentración, así como comparando el cambio sin incluir ciudades de mayor tamaño, los resultados son básicamente similares, no se incluyen aquí por cuestiones de espacio.

Gráfico 2. Indicadores de densidad de industrias culturales: sector y función principal.  
Medias



#### 4. Diversificación y especialización de las industrias culturales de los municipios

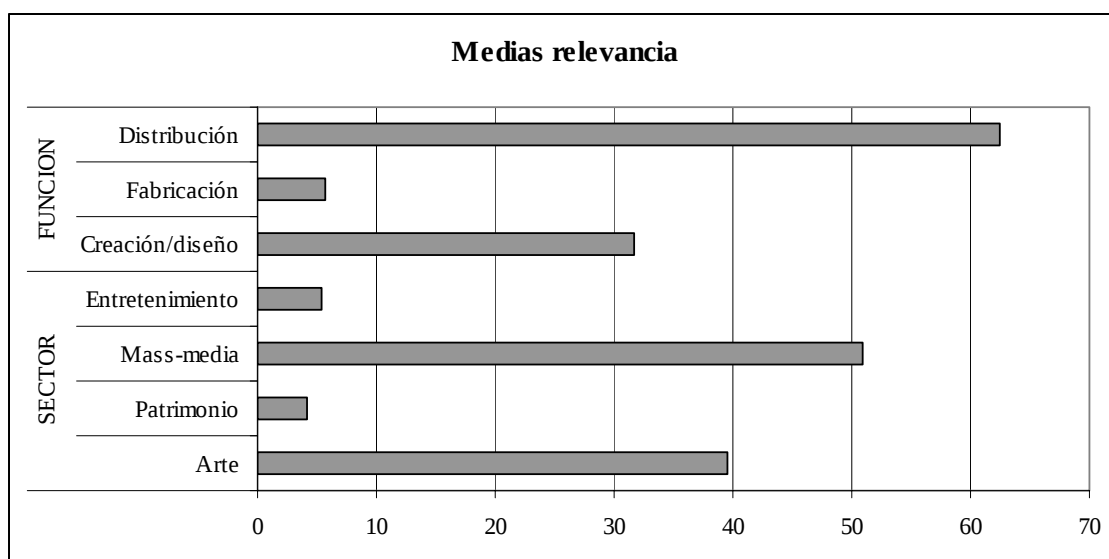
Los análisis previos han mostrado la estrecha relación entre la jerarquía urbana con la extensión y concentración de las industrias culturales. O más llanamente, la relación entre concentración de población y concentración de industrias culturales; existiendo un patrón de carácter más específico, más 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).

**Gráfico 3. Indicadores de relevancia de industrias culturales: sector y función principal**  
Medias



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' (Gráfico 3). 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.

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, principalmente, sea que 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). 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 audio-visual 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 audio-visual.

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.

**Tabla 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   |
| Funciones                        | Creación                     | -,880  | -,051  |
|                                  | Fabricación (relevancia)     | -,493  | ,356   |
|                                  | Distribución                 | ,916   | -,060  |
| Varianza explicada (%)           |                              | 36,121 | 36,121 |
| Varianza explicada acumulada (%) |                              | 32,678 | 68,799 |

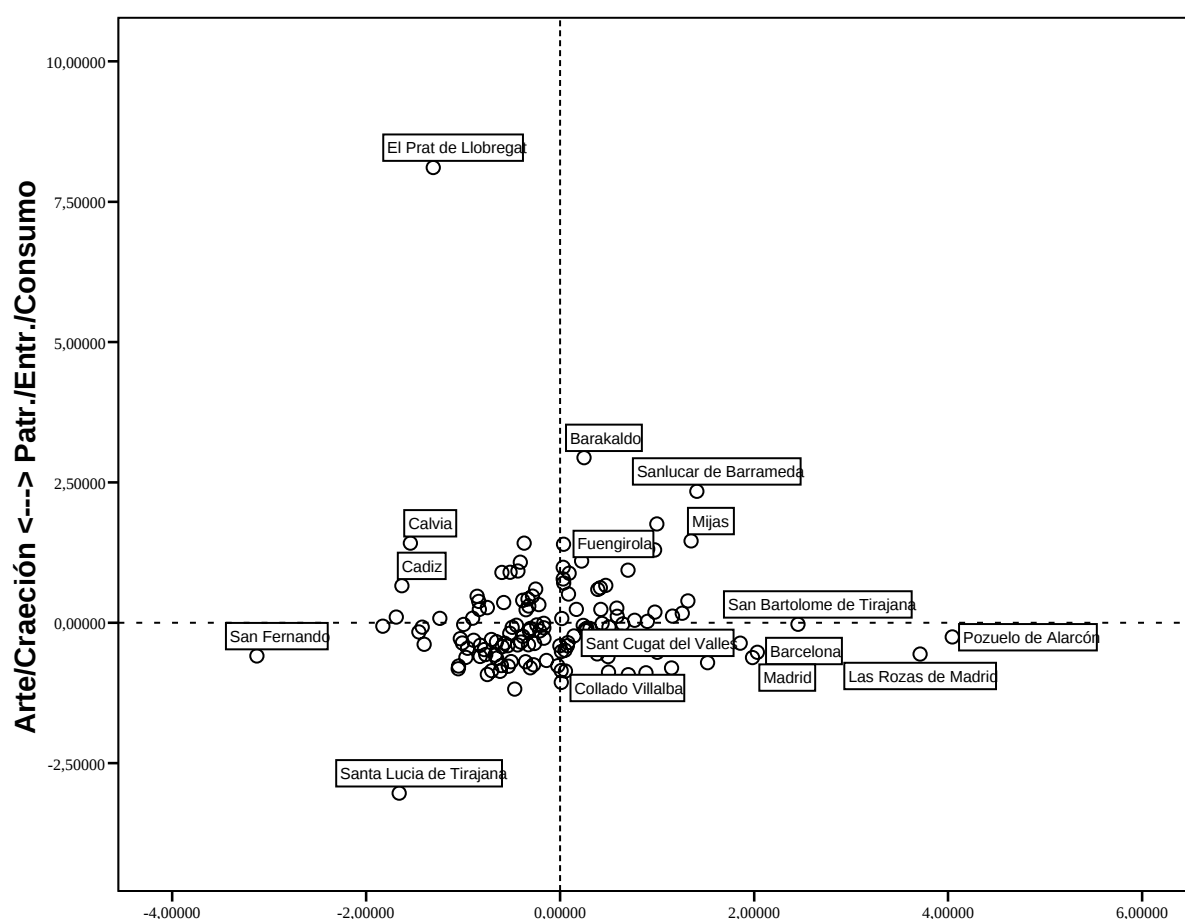
Análisis de componentes principales. Matriz de componentes. Rotación Varimax

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 (gráfico 4):

- 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 audio-visual, 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 cultura 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' orientados, fundamentalmente, al consumo cultural,
- ciudades donde el entretenimiento y los mass-media son los sectores principales, combinado la distribución con la creación (zona superior-derecha).

**Gráfico 4. La relevancia de industrias culturales en ciudades: sectores y funciones**

Primer plano factorial (69% varianza)



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, en 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, Calvia, 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 públicos (museos o espacios escénicos), ya sea grandes áreas urbanas donde se concentran los más importantes centros de edición y producción audio-visual<sup>4</sup>. De hecho, el primer eje factorial correlaciona positivamente con los indicadores de tamaño y concentración, siendo lo contrario para el segundo<sup>5</sup>.

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 especificar las tendencias descritas (gráfico 5)<sup>6</sup>. Así, aparecen tres grupos o tendencias claras, 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.

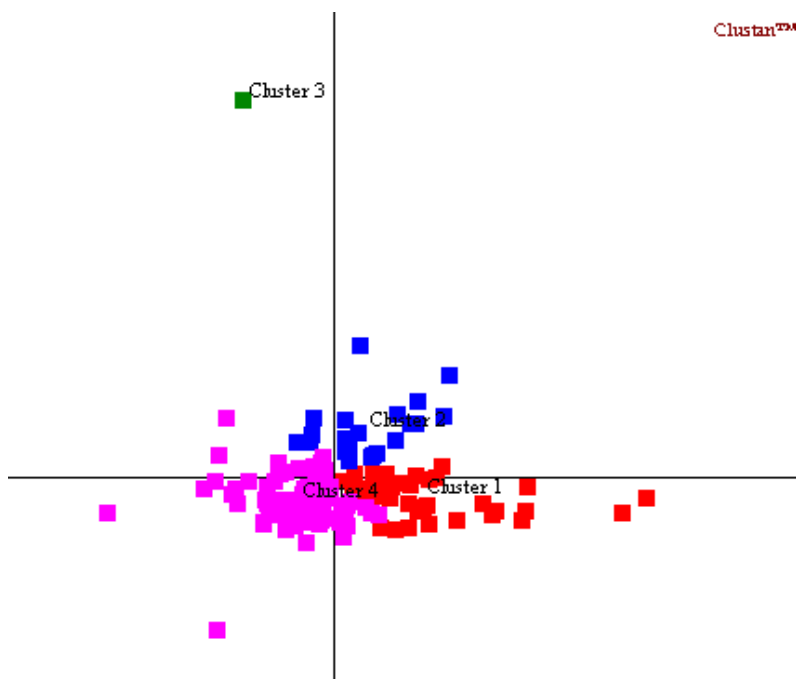
---

<sup>4</sup> De hecho, a nivel autonómico, Madrid concentra buena parte del empleo y PIB de las industrias culturales en España (garcía, Fernández y Zofio, 2003).

<sup>5</sup> 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.

<sup>6</sup> 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 aleatoria de los sujetos –ciudades– en los dos ejes. Los análisis se han desarrollado con el software Clustan.

**Gráfico 5. Tipos de ciudades según relevancia de industrias culturales**  
 Análisis cluster incluyendo todas las ciudades de 50 mil y más habitantes  
 (n=145 ciudades)

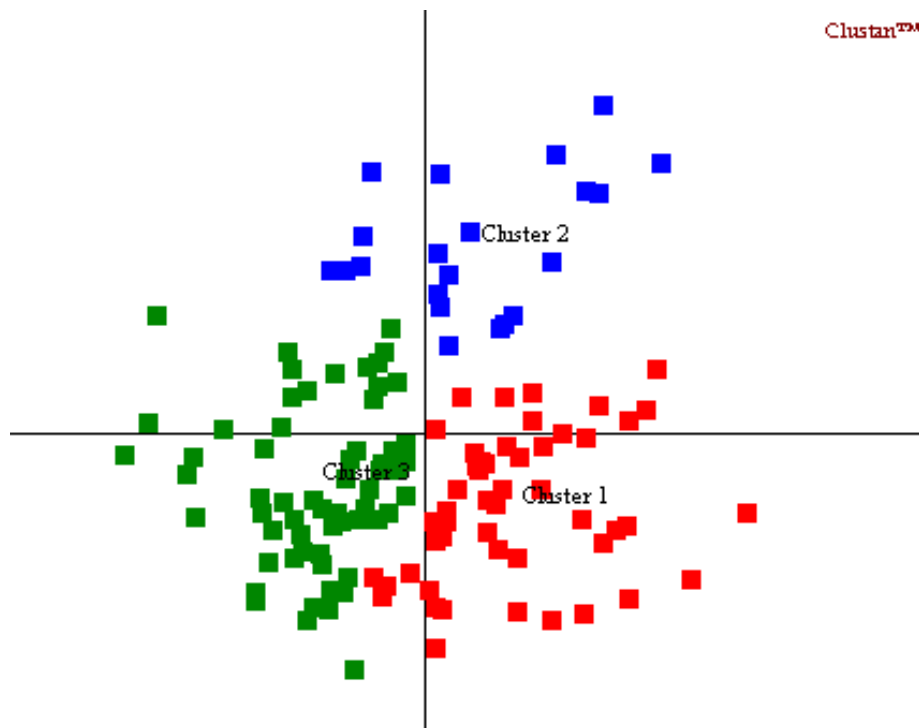


No obstante, estos últimos pudieran estar produciendo la conformación de los tres tipos o clusters. Para tratar de confirmar la existencia de estos tres tipos de ciudades, se ha realizado de nuevo el análisis cluster sin incluir estos casos ejemplares. Los resultados confirman, e incluso ayudan a especificar, la existencia de esas tres tendencias (gráfico 6). En atención a su localización en el plano factorial pudiera considerarse que representan tres tipos que vienen identificándose en la literatura, a saber:

- ‘ciudades creativas’: destacan por la importancia del sector audio-visual 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 artísticas, 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 audio-visual. Se asemejarían, así, a la idea de ciudades o distritos de entretenimiento (Lloyd y

Clark, 2001; Clark, 2005; Judd y Fainstein, 1999). Este grupo, el más reducido, incluía a 25 ciudades.

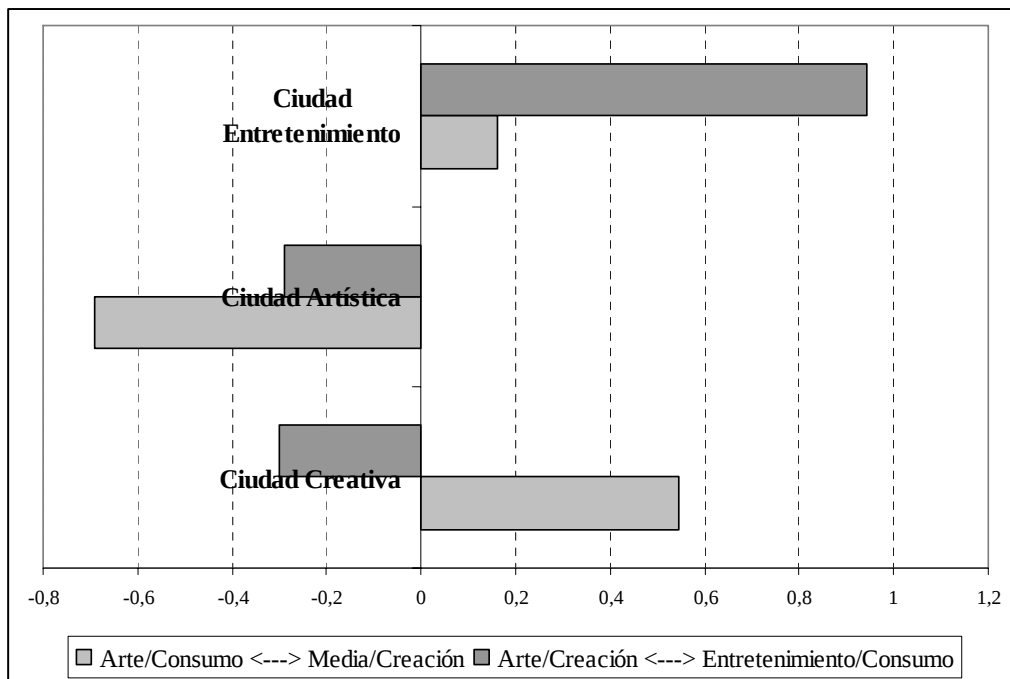
**Gráfico 6. Tipos de ciudades según relevancia de industrias culturales**  
Análisis cluster eliminando 'casos ejemplares' y 'outlier'  
(n=132 ciudades).



Tal y como puede apreciarse en el gráfico 7, 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 audio-visuales; la 'ciudad artísticas' destaca por el sector arte, tanto en las funciones creación, como la de consumo, y la 'ciudad del entretenimiento', destaca por la función de consumo en torno al patrocinio y el entretenimiento.

### Gráfico7. Perfiles de los tipos de ciudades (clusters)

Medias de los cluster para los dos ejes factoriales



## 5. 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, a las que pudiera denominarse '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 subculturas 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, esto es, 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 segundo (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 audio-visual 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, como 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 audio-visual, 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 audio-visual. 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 tales orientados, 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 operacionalizar 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**

Bassett, 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', en 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.

Clark, T.N. (ed.) (2003): *The City as an Entertainment Machine*, Elsevier Ltd.

Clark, T.N. et al. (2005): 'Amenities drive urban growth?', en *Journal of Urban Affairs*, vol. 24, nº 5, pp. 493-515.

Clark, T.N. y Navarro, C. (2007) (eds.): *La Nueva Cultura Política*, Buenos Aires, Miño y Dávila.

Colwell, P.F. y Deliring, C.A. (2002): 'Recreation density and residential location', en *Journal of Urban Economy*, 51, pp. 418-428.

Eisinger, E. (2000): 'The politics of bread and circuses: building the city for the visitor class', en *Urban Affairs Review*, 35(3), pp. 316-333.

García, B. (2004): 'Cultural Policy and Urban Regeneration in Western European Cities: Lessons from Experience, Prospects for the Future', en *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: 90-30.

Greenwood, M.J. and Hunt, G. (1989): 'Jobs versus Amenities in the Analysis of Metropolitan Migration', en *Journal of Urban Economics*, 21, pp. 1-16.

Hesmondhalgh, D. y Pratt, Andy C. (2005): 'Cultural industries and cultural policy', en *International Journal of Cultural Policy*, 11(1): 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 University.

- Landry, Ch. y Bianchini, F. (1995): *The Creative City*, Demos, London.
- Lucchini, 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), 507-532.
- Naciones Unidas (2008): *Creative Economy. Report 2008*, Naciones Unidas.
- O'Connor, J. (2007): The cultural and creative industries: a review of the literature, Leeds, The University of Leeds.
- Rössel, J. (2007): 'Conditions for the Explanatory Power of Life Styles', en *European Sociological Review*, november, pp. 1-11.
- Rothfield, L. (1999): 'Cultural policy studies?!: A guide for perplexed humanists', Working Paper, Cultural Policy Center, University of Chicago.
- Santagata, W. (2002): 'Cultural districts, property rights and sustainable economic growth', en *International Journal of Urban and Regional Research*, 26(1), pp. 9-23.
- Sharpe, E.B. (2006): *Morality Politics in American Cities*, Lawrence, The University Press of Kansas
- Schuster, J.M. (2002): *Informing Cultural Policy: The Research and Information Infrastructure*, Centre for Urban Policy Research.
- Scott, A. (1997): 'The cultural economy of cities', en *International Journal of Urban and Regional Research*, 21(2), pp. 323-339.
- Scott, Allen (2000). *The Cultural Economy of Cities. Essays on the Geography of Image-Producing Industries*. SAGE, London.
- Scott, A. (2004): 'Cultural-products industries and urban economic development', en *Urban Affairs Review*, 39(4), pp. 461-490.
- Scott, A.J. (2006): 'Creative Cities: conceptual issues and policy questions', en *Journal of Urban Affairs*, 28(1): 1-17.

Sharp, E.B. (2005): *Morality Politics in American Cities*, Lawrence, Unibersite Press of Kansas.

Silver, D., Clark, T.N. y Navarro, C. (2010): 'Scenes: Social Contexts in an Age of Contingency', en *Social Forces*.

## ANEXO

| EQUIPAMIENTO                                                           | SECTOR          | FUNCIÓN PRINCIPAL |
|------------------------------------------------------------------------|-----------------|-------------------|
| Galerías de arte                                                       | Artes           | Distribución      |
| Academias de danza y pintura                                           | Artes           | Distribución      |
| Elaboración de vinos                                                   | Patrimonio      | Fabricación       |
| Edición de libros                                                      | Mass-media      | Fabricación       |
| Edición sonido grabado                                                 | Mass-media      | Fabricación       |
| Fabricación material fotográfico                                       | Artes           | Fabricación       |
| Fabricación aparatos sonido e imagen                                   | Mass-media      | Fabricación       |
| Fabricación instrumentos fotográficos                                  | Artes           | Fabricación       |
| Fabricación instrumentos musicales                                     | Artes           | Fabricación       |
| Comercio al por mayor de aparatos de radio y televisión                | Mass-media      | Distribución      |
| Comercio al por menor de aparatos de radio y televisión                | Mass-media      | Distribución      |
| Comercio al por menor de libros y periódicos                           | Artes           | Distribución      |
| Publicidad                                                             | Mass-media      | Creación          |
| Actividades fotográficas                                               | Artes           | Creación          |
| Producción cinematográfica y vídeo                                     | Mass-media      | Creación          |
| Distribución de películas                                              | Mass-media      | Distribución      |
| Actividades de radio y televisión                                      | Mass-media      | Creación          |
| Creación e interpretación artística y literaria                        | Artes           | Creación          |
| Gestión de salas de espectáculos                                       | Entretenimiento | Distribución      |
| Actividades de ferias y parques de atracciones                         | Entretenimiento | Distribución      |
| Otras actividades de espectáculos                                      | Artes           | Creación          |
| Actividades de museos y conservación de edificios y lugares históricos | Patrimonio      | Creación          |
| Actividades de jardines botánicos, zoológicos y parques nacionales     | Patrimonio      | Creación          |
| Gestión de instalaciones deportivas                                    | Entretenimiento | Distribución      |
| Museos arqueológicos                                                   | Patrimonio      | Distribución      |
| Museos de arte contemporáneo                                           | Artes           | Distribución      |
| Museos de artes decorativas                                            | Artes           | Distribución      |
| Museos de bellas artes                                                 | Artes           | Distribución      |
| Casas museos                                                           | Patrimonio      | Distribución      |
| Museos de ciencia y tecnología                                         | Patrimonio      | Distribución      |
| Museos de ciencias naturales                                           | Patrimonio      | Distribución      |
| Museos de sitio                                                        | Patrimonio      | Distribución      |
| Museos especializados                                                  | Patrimonio      | Distribución      |
| Museos de etnografía y antropología                                    | Patrimonio      | Distribución      |

|                                           |                 |              |
|-------------------------------------------|-----------------|--------------|
| Museos generales                          | Patrimonio      | Distribución |
| Museos de historia                        | Patrimonio      | Distribución |
| Otros museos/colecciones                  | Patrimonio      | Distribución |
| Salas de cine                             | Entretenimiento | Distribución |
| Festivales de cine                        | Entretenimiento | Distribución |
| Espacios escénicos                        | Patrimonio      | Distribución |
| Peñas flamencas                           | Entretenimiento | Distribución |
| Bibliotecas                               | Patrimonio      | Distribución |
| Edición de periódicos y revistas          | Mass-media      | Fabricación  |
| Impresión de periódicos y otros           | Mass-media      | Fabricación  |
| Actividades gráficas y otras relacionadas | Artes           | Creación     |

## DESCRIPTIVOS ÍNDICES: CIUDADES DE 50 MIL Y MÁS HABITANTES

|               |         |                 | Mínimo | Máximo  | Media   | Desv. tip. |
|---------------|---------|-----------------|--------|---------|---------|------------|
| EXTENSIÓN     | SECTOR  |                 |        | 4422,00 |         |            |
|               |         | Arte            | 1,000  | 0       | 203,145 | 479,816    |
|               |         | Patrimonio      | 0,000  | 378,000 | 18,083  | 42,135     |
|               |         |                 |        | 8153,00 |         |            |
|               | FUNCION | Mass-media      | 0,000  | 0       | 289,262 | 861,465    |
|               |         | Entretenimiento | 0,000  | 438,000 | 23,345  | 49,559     |
|               |         |                 |        | 6115,00 |         |            |
|               |         | Creación/diseño | 0,000  | 0       | 197,793 | 653,450    |
| DENSIDAD      | SECTOR  |                 |        | 1564,00 |         |            |
|               |         | Fabricación     | 0,000  | 0       | 42,883  | 165,656    |
|               |         |                 |        | 5650,00 |         |            |
|               |         | Distribución    | 5,000  | 0       | 293,159 | 615,734    |
|               | FUNCION | Arte            | 0,016  | 2,470   | 1,025   | 0,408      |
|               |         | Patrimonio      | 0,000  | 0,404   | 0,096   | 0,072      |
|               |         | Mass-media      | 0,000  | 4,142   | 1,367   | 0,652      |
|               |         | Entretenimiento | 0,000  | 0,514   | 0,135   | 0,072      |
| CONCENTRACIÓN | SECTOR  | Creación/diseño | 0,000  | 3,188   | 0,870   | 0,517      |
|               |         | Fabricación     | 0,000  | 0,759   | 0,164   | 0,126      |
|               |         | Distribución    | 0,082  | 3,032   | 1,589   | 0,516      |
|               |         |                 |        |         |         |            |
|               | FUNCION | Arte            | 0,003  | 15,012  | 0,690   | 1,629      |
|               |         | Patrimonio      | 0,000  | 14,416  | 0,690   | 1,607      |
|               |         | Mass-media      | 0,000  | 19,438  | 0,690   | 2,054      |
|               |         | Entretenimiento | 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      |
|               |         | Entretenimiento | 0,000  | 21,459  | 5,410   | 2,898      |
| RELEVANCIA    | FUNCION | 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 ÍNDICES: CIUDADES DE 50 MIL A 400 MIL HABITANTES

|               |         |                 | Mínimo | Máximo  | Media  | Desv. típ. |
|---------------|---------|-----------------|--------|---------|--------|------------|
| EXTENSIÓN     | SECTOR  | Arte            | 1,000  | 569,000 | 127,13 | 114,39     |
|               |         | Patrimonio      | 0,000  | 80,000  | 8      | 4          |
|               |         | Mass-media      | 0,000  | 872,000 | 12,130 | 13,836     |
|               |         | Entretenimiento | 0,000  | 59,000  | 161,10 | 139,84     |
|               | FUNCION | Creación        | 0,000  | 599,000 | 9      | 8          |
|               |         | Fabricación     | 0,000  | 150,000 | 15,355 | 11,913     |
|               |         | Distribución    | 5,000  | 789,000 | 103,07 | 97,129     |
|               |         |                 |        |         | 2      | 21,907     |
| DENSIDAD      | SECTOR  | Arte            | 0,016  | 2,470   | 193,26 | 158,49     |
|               |         | Patrimonio      | 0,000  | 0,404   | 8      | 6          |
|               |         | Mass-media      | 0,000  | 4,142   | 1,007  | 0,401      |
|               |         | Entretenimiento | 0,000  | 0,514   | 0,096  | 0,073      |
|               | FUNCION | Creación        | 0,000  | 3,188   | 1,332  | 0,618      |
|               |         | Fabricación     | 0,000  | 0,623   | 0,134  | 0,072      |
|               |         | Distribución    | 0,082  | 3,032   | 0,841  | 0,483      |
|               |         |                 |        |         | 0,156  | 0,113      |
| CONCENTRACIÓN | SECTOR  | Arte            | 0,003  | 1,932   | 1,573  | 0,515      |
|               |         | Patrimonio      | 0,000  | 3,051   | 0,432  | 0,388      |
|               |         | Mass-media      | 0,000  | 2,079   | 0,463  | 0,528      |
|               |         | Entretenimiento | 0,000  | 1,743   | 0,384  | 0,333      |
|               | FUNCION | Creación        | 0,000  | 2,089   | 0,454  | 0,352      |
|               |         | Fabricación     | 0,000  | 2,412   | 0,359  | 0,339      |
|               |         | Distribución    | 0,012  | 1,856   | 0,312  | 0,352      |
|               |         |                 |        |         | 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      |
|               |         | Entretenimiento | 0,000  | 21,459  | 5,478  | 2,946      |
|               | FUNCION | 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