CENTRO DE SOCIOLOGÍA Y POLÍTICAS LOCALES
Universidad Pablo de Olavide

Documento de trabajo
(DDC/DT09)

Proyecto:
La Dinámica Cultural de las Ciudades

El carácter cultural de las ciudades

Sobre la afinidad de las industrias, escenas culturales y estrategias de desarrollo territorial.

Clemente J. Navarro
Cristina Mateos

Proyecto CSO2008-04288/SOCI; financiado por el Plan Nacional de I+D+I Ministerio de Ciencia e Innovación-Gobierno de España

En el proyecto sobre la Dinámica Cultural de las Ciudades hemos planteado la posibilidad de conocer el carácter cultural de las ciudades a partir de tres perspectivas o enfoques. Estos permitirían 'ver' la ciudad desde la perspectiva de sus industrias culturales y creativas, sus oportunidades de consumo cultural y de desarrollo territorial. O de otra forma, qué tipos de distritos industriales, escenas culturales y estrategias de desarrollo predominan en ellas. En otro documento hemos mostrado que nuestra propuesta permite clasificar a las ciudades en diversos tipos según las sub-dimensiones que prevalecen en ellas (ver Documento de Trabajo nº 6 y 7).

Para ello hemos aplicado análisis factorial sobre las sub-dimensiones y, posteriormente, análisis cluster, habiendo producido una tipología para cada enfoque, y en concreto, tres tipos de ciudades en cada uno de ellos que muestran diferencias, que no sólo se relacionan con la literatura existente al respecto, sino que son reconocibles entre las ciudades españolas. En concreto, los tipos delimitados son los que se presentan en la tabla 1.

Tabla 1. Enfoques y tipos de ciudades

	Enfoques		
	Industrias culturales y creativas (distritos culturales)	Oportunidades de consumo cultural (escenas culturales)	Oportunidades de desarrollo territorial (estrategia desarrollo)
Tipos de ciudades	Creativa Entretenimiento Cultural	Plural y abierta Vacacional Comunitaria	Planificación Comercial Diversificada

Pero, ¿hasta qué punto existe afinidad entre estos tres enfoques?. De hecho, cabría pensar que exista, en la medida en que los tres enfoques den cuenta del carácter cultural de la ciudad, lo que allí se produce, lo que puede consumirse y que oportunidades ofrece para el desarrollo territorial. Para tratar de evidenciarlo realizaremos un análisis multivariable incluyendo los tipos delimitados en cada enfoque, y sobre ello, un análisis cluster que permitirá delimitar tipos de dinámicas urbanas como combinación de los anteriores. El resultado será una tipología que, en forma de indicador sintético, resume la perspectiva analítica que estamos desarrollando en este

trabajo. También describiremos cada tipo a partir de algunas variables sociodemográficas y socioeconómicas básicas. Pero además, trataremos de aportar evidencias sobre su validez dando cuenta de sus componentes básicos, a saber: sus sub-dimensiones características. Esto permitirá conocer la coherencia interna de cada tipo, así como revelar claramente las diferencias existentes entre ellos.

1. Dinámicas urbanas: complementariedad entre industrias, consumo y estrategias culturales en las ciudades

La aplicación de análisis de correspondencias múltiples de las tipologías de los tres enfoques muestra la existencia de dos grandes dimensiones que parecen mostrar cierto parecido de familia entre ellos (tabla 2). La primera, diferencia entre ciudades caracterizadas por la vida comunitaria frente a ciudades que lo hacen por la diversidad; si se quiere, el clásico *continuum* entre «comunidad» y «asociación», entre homogeneidad y heterogeneidad socio-cultural, que subyace a la caracterización del fenómeno urbano desde las aportaciones de los autores más clásicos de la sociología urbana. Entre las primeras estarían las ciudades culturales, centros administrativos con recursos que apuntan a una orientación de planificación cultural. Entre las segundas, las ciudades creativas y más cosmopolitas, con una estrategia de desarrollo territorial que combina el carácter comercial y estético de la estrategia instrumental. Básicamente, la primera dimensión distingue entre diferentes formas de ‘vivir la ciudad’, desde un modo más comunitario, a un modo más propiamente urbano. No obstante, debe considerarse que desde un punto de vista demográfico todos los municipios que analizamos son ciudades (esto es, tienen 50 mil o más habitantes), por lo que tanto el comunitario como el cosmopolita son, pues, estilo urbanos, estilo de vivir la ciudad.

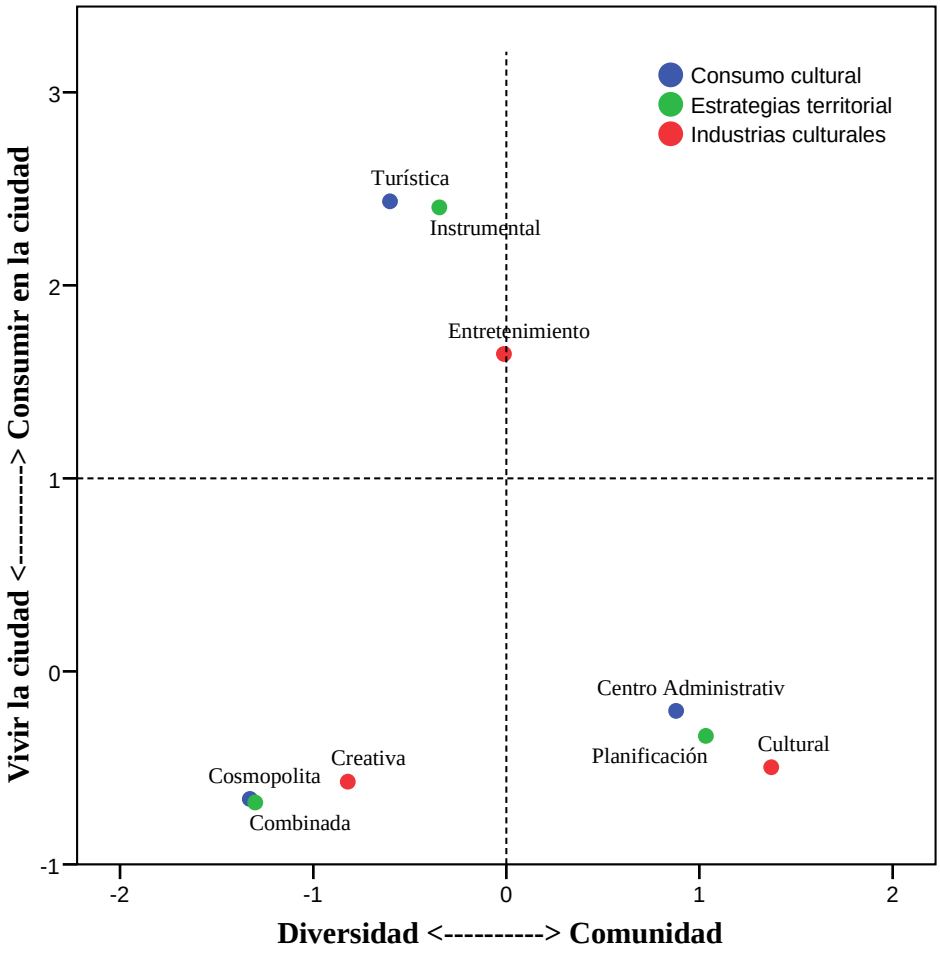
Tabla 2. Dinámicas urbanas
Análisis de correspondencias múltiples. Método: normalización principal por variable
Coordenadas de los centroides de cada tipo en ejes factoriales.

Enfoques	Tipo de ciudades	Dimensiones	
		Cosmopolita<-> Comunitaria	Vivir <-> Consumir
Industrias culturales	Creativa	-,727	-,479
	Entretenimiento	-,010	1,379
	Cultural	1,215	-,416
Oportunidades consumo cultural	Plural y abierta	-1,176	-,554
	Vacacional	-,534	2,041
	Comunitaria	,778	-,171
Oportunidades desarrollo territorial	Planificación	,915	-,280
	Comercial	-,307	2,015
	Diversificada	-1,152	-,569
Alfa de Cronbach		,863	,788
Varianza explicada		78,468	70,269

Fuente: MDCC (2009).

Entre ellos se sitúan las ciudades en donde predomina el consumo cultural orientado a los visitantes, esto es, ciudades vacacionales, de entretenimiento, pues sus recursos culturales, se orientan claramente hacia una estrategia instrumental de índole comercial. Ahora bien, son precisamente éstas las que explican la segunda dimensión que distingue entre dos formas, de «vivir la ciudad», por un lado, frente al hecho de «consumir en la ciudad», por otro. Estas diferencias pueden apreciarse claramente en la localización de cada tipo en el espacio al que da lugar el cruce de las dos dimensiones, tal y como se muestra en el gráfico 1. En la zona inferior derecha del gráfico están las ciudades que darían cuenta de lo que podríamos denominar «vida comunitaria», en la zona opuesta las que remiten a un «modo de vida más cosmopolita» (inferior derecha), y en medio de ellas, pero en la zona superior del gráfico, aquellas en donde predomina un modo de vida orientado a la vida comercial, el entretenimiento y la diversión. Evidentemente, en los tres tipos las actividades productivas y el consumo son actividades constitutiva del fenómeno urbano, pero su importancia y las formas que adoptan difieren, permitiendo señalar que se trata de diferentes dinámicas urbanas.

Gráfico 1. Relaciones entre enfoques de industrias culturales, oportunidades de consumo cultural y oportunidades de desarrollo territorial
Coordenadas de centroides de cada tipo



¿Qué rasgos tienen estos tres tipos de ciudades, de dinámicas culturales urbanas?. Por un lado cabe referirse a la dinámica más claramente cosmopolita, que supone alrededor del 35% del total de municipios españoles de 50 mil y más habitantes. Estas representarían tanto el clásico modo de vida urbano que señalara la Escuela de Chicago en torno a la diversidad, como también su nueva expresión en las sociedades post-industriales, esto es, como ciudad creativa. De hecho, si analizamos la puntuación media de cada tipo en las dimensiones culturales de cada enfoque el modelo cosmopolita destaca sobre todo en esta dimensión de las industrias culturales (la creación y el diseño) (tabla 3). Además, en ellas predominan diferentes dimensiones de actividad económica y consumo cultural que remiten a la idea de diversidad, de heterogeneidad, pero también cierto equilibrio entre las clásicas industrias culturales ligadas al arte y las orientadas al entretenimiento, así como de las dos estrategias instrumentales.

Tabla 3. Dimensiones culturales y dinámicas urbanas (2009).
Medias de cada tipo en las dimensiones culturales de la ciudad.

Dimensiones culturales	Comunitaria	Consumo visitantes	Cosmopolita	Total	F	Eta2
Arte/part. <-> Entretenimiento	-0,45	1,38	-0,04	0,00	50,49	0,42
Distribución <-> Creación	-0,45	-0,48	0,85	0,00	45,72	0,39
Comunidad <-> Diversidad	-0,75	0,88	0,61	0,00	80,78	0,53
Estado <-> Identidades	0,11	1,23	-0,73	0,00	57,66	0,45
Instrumental comercial	-0,42	-0,71	0,91	0,00	60,55	0,46
Instrumental estética	-0,65	1,35	0,26	0,00	80,99	0,53
Porcentaje sobre total ciudades	48%	17%	35%	100,00		

Fuente: MDCC (2009)
Todas las diferencias significativas para p<0,05
Fuente: MDCC (2009)

Las ciudades que son principalmente centros de vida comunitaria, con equipamientos culturales orientados principalmente a sus habitantes, suponen el 48% sobre el total; principalmente destacan por el carácter comunitario de las oportunidades de consumo cultural (valores y autenticidad ligados a identidades de carácter tradicional, como el localismo y la etnicidad). Las actividades económicas se centran en el sector del arte y el patrimonio, junto con la distribución; además de una clara orientación hacia la estrategia de planificación en cuanto a sus oportunidades de desarrollo territorial. En estas ciudades predominan los equipamientos centrados en la educación y difusión cultural en torno a la concepción más clásica de ésta, orientados principalmente a sus habitantes, en donde cuenta más la tradición o la autenticidad local, que formas más novedosas de consumo cultural. Parecen reflejar, pues, espacios centrados en la difusión cultural, como esfuerzo público de acercamiento de la cultura a la ciudadanía. Este tipo supone el 17% restante de ciudades

2. Escala y rasgos socio-económicos de las dinámicas urbanas.

¿Existe alguna correspondencia entre los rasgos socio-económicos de las ciudades y el tipo de dinámica que reflejan sus dimensiones culturales?, en particular, ¿existe relación con la escala demográfica y territorial de los municipios?. Los resultados muestran que las ciudades que representan el tono de vida propiamente urbano son, efectivamente, las de mayor población, y destacan, además, por presentar los valores más altos en los indicadores socio-económicos que venimos utilizando: porcentaje de población con estudios post-obligatorios, porcentaje de grupos ocupacionales que son directivos y profesionales, nivel e índices de actividad económica (ver tabla 4). A ello debe añadirse que casi el 85% de ellas forman parte de una de las áreas

metropolitanas en las que se articula el sistema urbano español, según la delimitación realizada por Feria (2010), y especial, la mitad son núcleos o ciudad central de éstas (ver tabla 5). Lo urbano, en este caso, parece configurarse como una «ciudad vivida» que trasciende los límites del propio municipio por su interconexión con un mercado de trabajo, inmobiliario, pero también de consumo, más amplio.

Son, pues, municipios urbanos tanto por su tamaño, como por su configuración espacial metropolitana. Pero también por sus dimensiones culturales, tanto lo que se refiere a su especialización productiva, como a sus oportunidades de consumo cultural. La clásica perspectiva territorial y socio-económica del fenómeno urbano y nuestras propuestas sobre sus dinámicas culturales parecen coincidir en los rasgos que presenta este tipo de municipios, la «metrópolis» más cosmopolita.

Tabla 4.La caracterización socio-económica de los tipos de dinámica urbana
Medias para cada tipo

	Tipos de ciudades			
	Comunitaria	**Consumo visitantes**	**Cosmopolita**	**Total**
Población (miles) (2009)	120	121	259	169
Crecimiento Pobl. (%) (2001-09)	112,95	134,35	118,47	118,43
Antigüedad media vivienda (2001)	15,63	12,96	14,92	14,94
Viviendas secundarias (%) (2001)	7,85	24,25	8,96	10,96
Estudios post-obligatorios (%) (2001)	38,47	34,92	48,37	41,36
Nivel económico (1-10) (2002)	5,00	5,33	7,06	5,78
Directivos+profesionales (2001)	17,62	18,09	26,72	20,90
Paro registrado % pobl. (2009)	6,61	5,66	4,79	5,81
Índice turístico (2009)	121,17	879,33	637,02	428,10
Índice actividad económica (2009)	247,21	267,71	732,25	421,21
Extranjeros comunitarios (%) (2009)	3,34	13,45	3,66	5,13
Extranjeros no comunitarios (%) (2009)	6,81	9,50	7,42	7,46
Parejas de hecho (%) (2001)	6,00	9,23	6,58	6,74
Nº visitantes (miles) (2008)	249	601	812	594
Visitantes extranjeros (%) (2008)	19	42	26	28
Pernoctaciones (miles) (total) (2008)	528	3097	1620	1689
Pernoctaciones extranjeros (%) (2008)	20,04	48,75	27,80	31,01
Duración (días) (2008)	2,00	4,20	1,95	2,55
Duración españoles (días) (2008)	1,96	3,42	1,86	2,29
Duración extranjeros (días) (2008)	2,15	4,89	2,09	2,84

Fuentes: Censo de Población y Vienvienda (2001), Padrón Municipal habitantes (2009), Informe Socio-económica La Caixa (2009), Encuesta de Ocupación Hotelera (2008).
Todas las diferencias entre tipos de ciudades son significativas para $p<0.005$

Los otros dos tipos son similares en cuanto a su tamaño medio. No obstante, se diferencian en dos aspectos. Por un lado, por el grado de dinamismo socio-económico, y en especial, la importancia del turismo, como reflejan el índice referido a esta actividad o el porcentaje de viviendas secundarias o el crecimiento demográfico. Por otro lado, por la diversidad cultural, como reflejan la presencia de población inmigrantes o de parejas de hecho (mayores en el tipo orientado al consumo de visitantes). Además, cabría señalar cierta diferencia en cuanto a su carácter metropolitano: aunque entre las ciudades orientadas al turismo existen núcleos centrales (29%), destacan, sobre todo, por situarse en las coronas metropolitanas (el 54% de ellas). Se trata de un porcentaje similar entre las ciudades que representan la dinámica más marcadamente comunitaria, aunque entre éstas destaca el porcentaje de las que no forman parte de un área metropolitana (24% de ellas) (ver tabla 5). Estas son, en cambio, el 36% del total de las capitales de provincia españolas, frente al 6% entre las ciudades del entretenimiento, mientras que los municipios de la dinámica más cosmopolita suponen el 58% restante.

Tabla 5. Tipos de dinámica urbana y pertenencia un área metropolitana

	¿Forma parte de un área metropolitana?				
Tipos de ciudades	No forma parte	Corona metropolitana	Ciudad central	Si forma parte	Total
Comunitaria	24,29	51,43	24,29	75,71	100,00 (70)
Consumo visitantes	16,67	54,17	29,17	83,33	100,00 (24)
Cosmopolita	15,69	35,29	49,02	84,31	100,00 (51)
Total	20	46,21	33,79	80,00	100,00 (145)

Nota: la delimitación de áreas metropolitanas se ha tomado de Feria (2010)

Fuente: MDCC (2009)

Lo anterior da cuenta, sobre todo, del marcado carácter administrativo de las ciudades del tipo comunitario. La diferencia entre éstas y las ciudades del entretenimiento no viene de la mano de sus respectivas escalas demográficas, sino, fundamentalmente, por la presencia de un recurso cultural de primera magnitud; a saber: la existencia de playas en el municipio (según las recogidas por el Ministerio de Medio Ambiente y Medio Rural y Marino). En concreto, cerca del 40% de los municipios analizados tienen playa, pero siguiendo una clara pauta según los tipos definidos: existe en menos de un tercio de los centros urbanos más creativos, en poco más de un tercio de los municipios comunitarios (33%), pero, en cambio, existen en la gran mayoría de las

ciudades del entretenimiento (88%). Sin duda, se trata del principal recurso de estas ciudades en torno a la que se articula su industria y oferta de consumo cultural, marcadas por el desarrollo de una estrategia instrumental de carácter comercial.

Se trata de ciudades que hacen del consumo cultural para visitantes, del turismo, su rasgo característico. Pero en general, los tres tipos reflejan, bastante bien, tres grandes segmentos turísticos, tanto en España. Por un lado, el modelo de «turismo urbano», en donde la visita cultural (a uno o varios grandes museo, monumentos destacados o la arquitectura de la ciudad), degustar la gastronomía de restaurantes que marcan tendencia o las compras en la zonas comercial, bien delimitada y normalmente peatonal, junto a la salida nocturna, son sus hitos clave. Por otro, el «vacacional», y en concreto, el «turismo de sol y playa», donde el descanso y el baño (de sol y agua salada) durante el día, se conjugan con una buena cena familiar o la «marcha» nocturna, según los gustos y/o situaciones personales. Son dos sectores que suponen una mayor atracción de visitantes, más en el caso de las urbes, aunque el carácter vacacional de las otras hace que en ellas sea mayor, por ejemplo, la duración de la estancia de los visitantes.

Pero también cabría referirse al turismo más puramente cultural, en donde el visitante se acerca al sabor de la identidad local a través de monumentos históricos o un museo de sitio (arqueológico o de etnografía), así como los restaurantes que existen alrededor de esos enclaves de consumo cultural, normalmente situados en el centro de la ciudad donde reside el origen histórico de ésta y los poderes que lo conformaron: la «Plaza Mayor» o la «Plaza de España», según qué ciudad, con el Ayuntamiento, y allí mismo, o muy cerca, la catedral. Al desenfreno de visitar todo lo visitable, y fotografiar todo lo posible, le sigue el descanso en algún alojamiento de la ciudad o la rápida salida a otro destino cultural cercano, en función del tiempo que suponga ver los lugares que han de ser visitados en cada sitio. Este sería el modelo característico de las ciudades que ni por su escala, ni por la posesión de un recurso cultural estratégico, cuentan con una oferta de consumo cultural diversa, como tampoco con oportunidades para la implementación de una estrategia de desarrollo centrada en la cultura, al menos, en comparación con los otros dos tipos. A ellas acuden, sobre todo, visitantes españoles, y para sus habitantes se trata de ciudades tranquilas, para algunos, los más jóvenes, quizás demasiado. En ellas existen equipamientos de difusión cultural (espacios escénicos polivalentes, teatros, cines,..) que procuran satisfacer una demanda diversa, pero estándar en cuanto a gusto o preferencias culturales. El tono vital de estas ciudades viene marcado, sobre todo, por la idea de comunidad

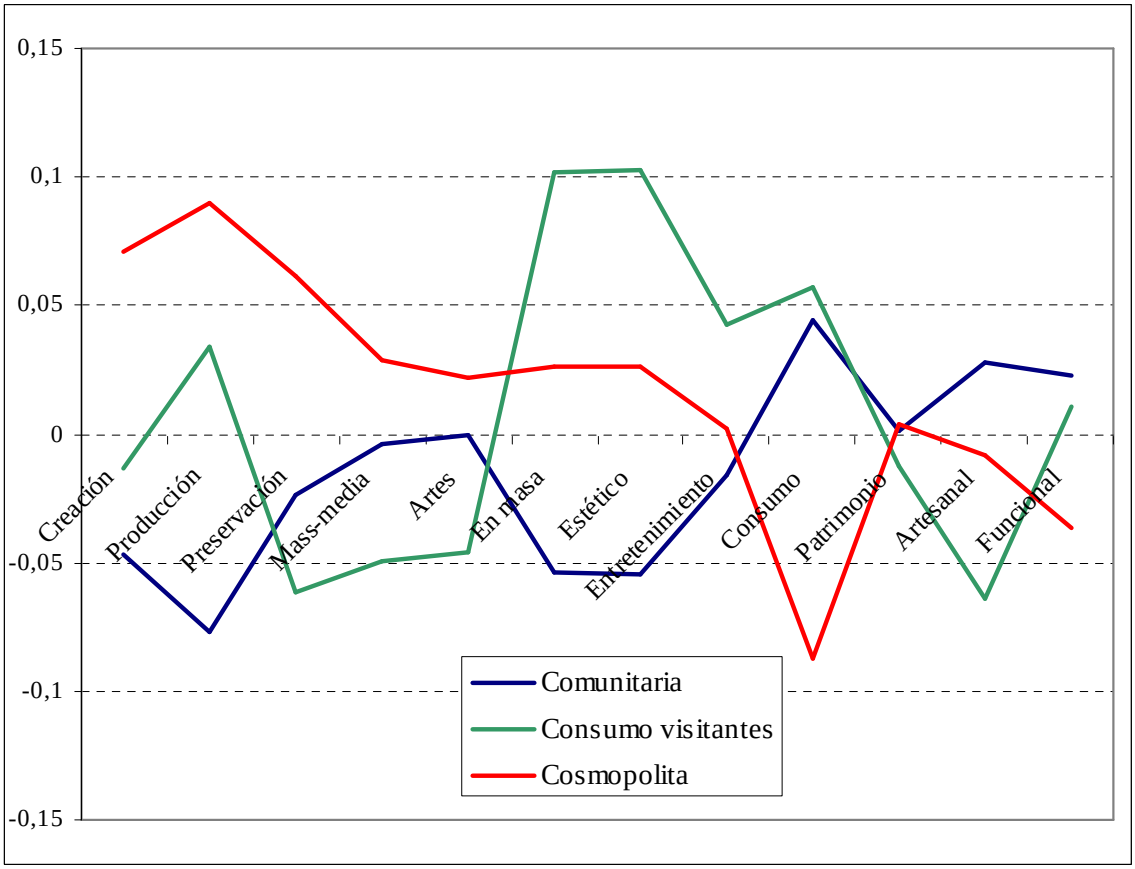
(el paseo, el «vermú» y un buen concierto o espectáculo cultural en el «Gran Teatro»), donde el consumo cultural se restringe, fundamentalmente, a la oferta que realizan los poderes públicos. Aquí no hay masas críticas sub-culturales que generen demandas diversas, ni posibilidades de desarrollar un estilo de vida innovador, transgresor o anónimo posible en el marco del «ritmo urbano» de la gran ciudad, ni una excitante diversión como en la «ciudad del entretenimiento», sino, sobre todo, ver y ser visto como una persona «formal».

3. Los perfiles culturales de las dinámicas urbanas

Otra forma de validar nuestra propuesta es mostrar los rasgos de los tipos definidos a partir de nuestro instrumento básico de carácter descriptivo, a saber: el perfil cultural de la ciudad. De hecho, desde una perspectiva metodológica, los tipos definidos han supuesto un progresivo proceso de reducción de información desde las sub-dimensiones de cada enfoque. Se trataría, pues, de una tipología que supone un indicador sintético de la dinámica cultural de las ciudades. Por tanto, deberían reflejar claramente diferencias en las unidades analíticas mínimas que hemos utilizado para su elaboración: las sub-dimensiones. Se trata, por lo demás, de una estrategia básica para la validación del análisis de conglomerados, la técnica usada para definir nuestros tipos.

Así pues, ¿qué perfil cultural tienen los tres tipos de ciudades delimitados?. Para facilitar su lectura hemos ordenado las sub-dimensiones en el eje de abscisas según su afinidad con cada dinámica urbana. Así, respecto al enfoque de las industrias culturales pueden apreciarse claras diferencias. La dinámica cosmopolita se caracteriza por la especialización en torno a industrias creativas, combinando los sectores de artes, mass-media y, en cierta medida, patrimonio (gráfico 2). Las otras dinámicas (tipos) lo hacen en torno al consumo. Pero si en la de carácter comunitario destaca el patrimonio, la producción artesanal y productos de uso funcional (de la vida cotidiana), en la ciudad comercial orientada a visitantes prevalecen productos de uso estético y de producción en masa (consumo cultural de masas, entretenimiento). De forma resumida, creatividad, entretenimiento y patrimonio serían las pautas características de cada modelo respecto a las industrias culturales.

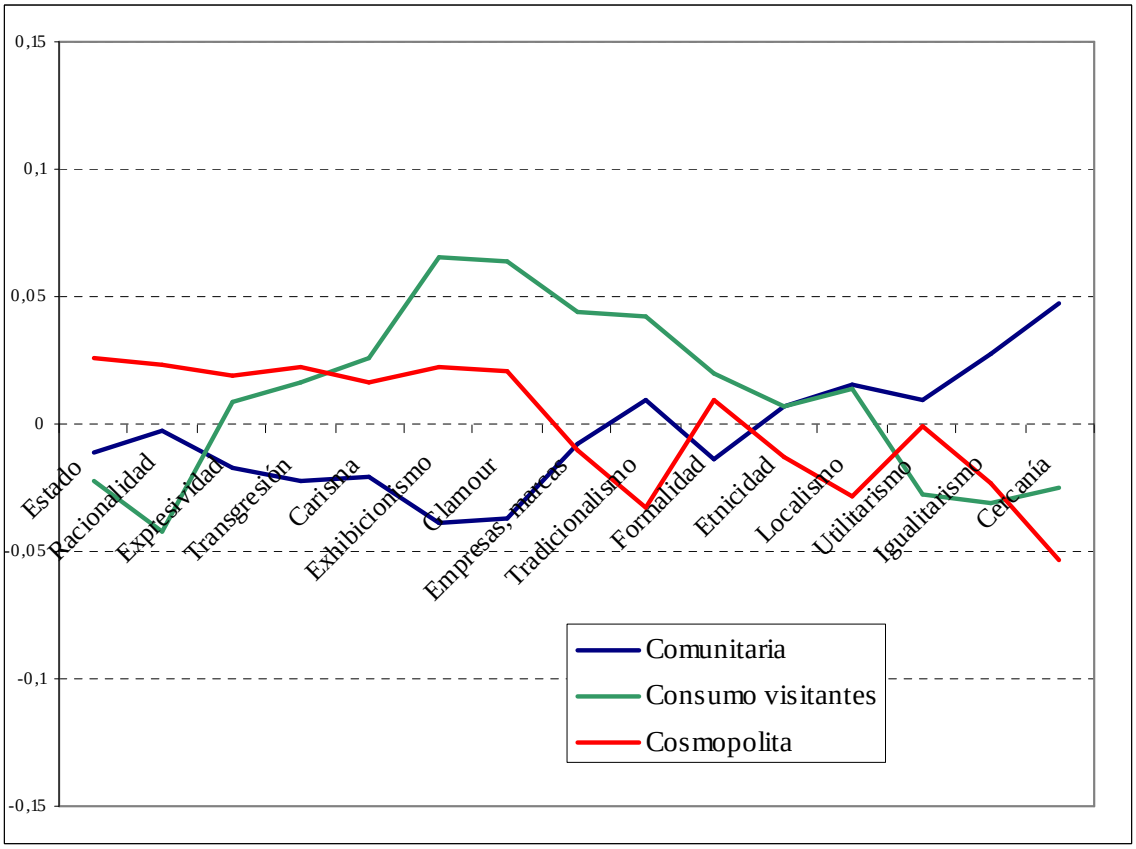
Gráfico 2. El enfoque de las industrias culturales: perfiles culturales de las dinámicas urbanas.
Medias en cada sub-dimensión



Las diferencias también son claras desde la perspectiva de las oportunidades de consumo cultural (gráfico 3). La dinámica de consumo de visitantes destaca por las sub-dimensiones de exhibicionismo, glamour y mundo empresarial, mientras que las más cosmopolitas destacan, sobre todo, por conjugar la racionalidad y el estatalismo, por un lado, con la expresividad y la trasgresión, por otro. Esto último da cuenta del carácter plural, diverso, de la vida urbana en este tipo de ciudades, en donde tampoco es menor la presencia de espacios que remiten a la idea de servicio público o el formalismo ligado a la distinción de ciertos consumos culturales. En este caso la ciudad se acerca a la idea de un «mosaico de culturas» que dijera Park respecto a la metrópolis moderna. De ahí su orientación genérica hacia los valores de la modernidad, donde la tradición o el localismo aparecen como valores opuestos. Estos, en cambio, caracterizan el tono vital de la dinámica urbana más comunitaria, junto al igualitarismo y la cercanía. Se trata, si se quiere, de la tranquila vida urbana de una comunidad. La 'folk society' no es sólo, pues, un rasgo cultural de sociedades tradicionales y/o de menor escala, tal y como propusiera Redfield, sino

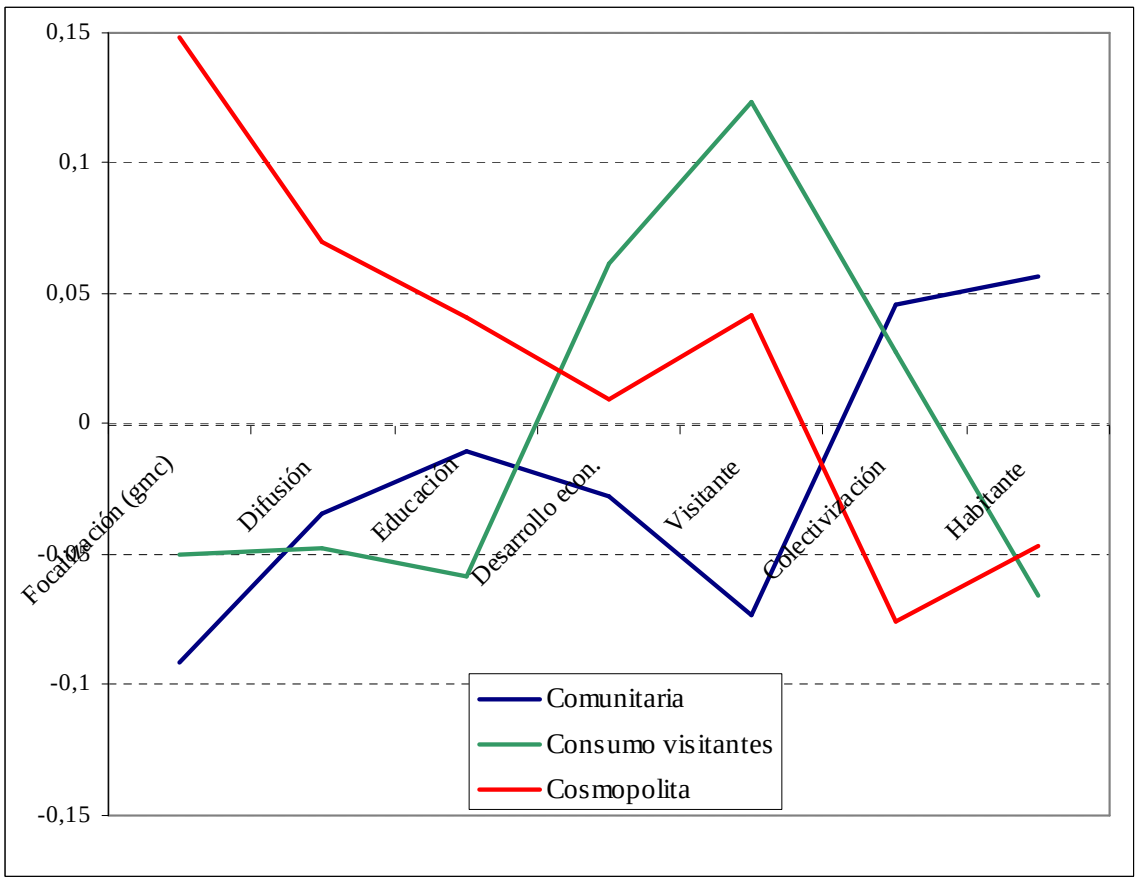
que también está presente como un sub-cultura más en la gran ciudad o como dinámica característica de la que aquí hemos denominado dinámica comunitaria; al menos, en comparación con las otras dos.

Gráfico 3. El enfoque de las oportunidades de consumo cultural: perfiles culturales de las dinámicas urbanas.
Medias en cada sub-dimensión



Las estrategias de desarrollo territorial aparecen también claramente en los perfiles culturales de las tres dinámicas urbanas (gráfico 4). Evidentemente, el desarrollo económico y la orientación hacia visitantes son rasgos sobresalientes en la dinámica urbana que refleja la máquina del entretenimiento, mientras que la orientación hacia los habitantes en torno a bienes colectivos lo es de la dinámica comunitaria. En la ciudad más cosmopolita se combinan aspectos de la estrategia instrumental y de la de planificación, pero en especial, la difusión cultural, la focalización y la orientación a visitantes, por la presencia de grandes museos y espacios escénicos.

Gráfico 4. El enfoque de las oportunidades de desarrollo territorial: perfiles culturales de las dinámicas urbanas.
Medias en cada sub-dimensión



4. Las dimensiones culturales de las ciudades como propuesta de análisis.

Los análisis presentados muestran la existencia de afinidad entre los tres enfoques delimitados, así como claras diferencias cuando los caracterizamos a partir de nuestras unidades analíticas básicas: las sub-dimensiones de cada enfoque. Parece, pues, que tanto en la lógica interna de cada enfoque, como en la lógica que los relaciona, nuestra propuesta para conocer la dinámica cultural de la ciudad se muestra bastante consistente.

Esto supone que el uso de la propuesta analítica (enfoques y sub-dimensiones), así como su metodología, permite la producción de inferencias descriptivas, tanto en términos de dimensiones culturales, perfiles y tipos, que se muestran bastante coherentes, tanto en las relaciones que estos elementos presentan entre sí, como por la caracterización de cada tipo de

ciudad a través de diversos indicadores sobre su tamaño, composición social y socioeconómica. Este era uno de los objetivos centrales del proyecto, mostrar la validez de las inferencias descriptivas que pueden derivarse mediante la aplicación de nuestra propuesta. Ahora bien, ¿estas inferencias descriptivas se relacionan con otros fenómenos que ocupan a la agenda de investigación sobre la dinámica cultural de las ciudades?, ¿permiten desarrollar ‘inferencias causales’?. Este será el objeto de otra fase y otros documentos de trabajo del proyecto sobre la Dinámica Cultural de las Ciudades.

Anexo.

A continuación se muestran análisis más detallados sobre el análisis cluster, su validación y caracterización

Dinámicas culturales urbanas: dimensiones culturales según tipos

Medias dimensiones culturales para cada tipo

	Diversidad <-> Comunidad	**Vivir la ciudad <-> Consumir en la ciudad**	**N**	**%**
Comunitaria	0,82	0,13	70	48,28
Consumo visitantes	-0,46	-1,49	24	16,55
Cosmopolita	-0,91	0,53	51	35,17
Total	0,00	0,00	145	100,00
F	473,86	259,92		
Sigf.	0,00	0,00		
Eta 2	0,87	0,79		

Dinámicas culturales urbanas: sub-dimensiones culturales según tipos

Medias para cada sub-dimensión

	Comunitaria	Consumo viistantes	Cosmopolita	Total	F	Eta cuadrado
Arte	2,08	2,03	2,10	2,08	41,50	0,37
Patrimonio	2,01	*1,99*	2,01	2,00	3,29	0,04
Mass-media	2,20	2,16	2,23	2,21	19,37	0,21
Entretenimiento	2,53	2,59	2,55	2,54	16,18	0,19
Creación, diseño	1,77	1,81	1,89	1,82	33,19	0,32
Producción	1,93	2,04	2,10	2,01	54,73	0,44
Distribución	4,71	4,72	4,58	4,67	64,78	0,48
Preservación	1,86	1,82	1,94	1,88	20,66	0,23
Artesanal	2,67	2,57	2,63	2,64	26,50	0,27
En masa	3,56	3,72	3,64	3,61	45,52	0,39
Estético	3,56	3,72	3,64	3,61	45,75	0,39
Funcional	4,25	4,24	4,19	4,23	21,96	0,24
Tradicionalismo	3,11	3,15	3,07	3,10	28,15	0,28
Utilitarismo	3,74	3,71	3,73	3,73	27,44	0,28
Expresividad	2,92	2,94	2,95	2,93	31,12	0,30
Igualitarismo	3,24	3,19	3,19	3,22	66,98	0,49
Carisma	2,75	2,80	2,79	2,77	65,73	0,48
Exhibicionismo	2,61	2,72	2,67	2,65	79,13	0,53
Transgresión	2,22	2,26	2,26	2,24	47,77	0,40
Glamour	2,64	2,74	2,70	2,68	79,92	0,53
Formalidad	3,52	3,56	3,55	3,54	33,02	0,32
Cercanía	3,45	3,38	3,35	3,40	55,48	0,44
Localismo	3,10	3,10	3,06	3,09	48,45	0,41
Etnicidad	2,90	2,90	2,88	2,89	17,69	0,20
Mundo empresarial	3,44	3,50	3,44	3,45	19,87	0,22
Oficialidad estatal	2,91	2,90	2,95	2,92	42,40	0,37
Racionalidad	3,07	3,03	3,09	3,07	54,08	0,43
Desarrollo económico	3,89	3,98	3,93	3,92	35,80	0,34
Difusión cultural	1,89	1,88	1,99	1,92	49,34	0,41
Educación cultural	1,76	1,71	1,81	1,77	51,89	0,42
Visitante	1,93	2,13	2,04	2,00	85,46	0,55
Habitante	4,58	4,46	4,48	4,53	75,53	0,52
Colectivización	3,70	3,68	3,58	3,65	70,04	0,50
Focalización	2,79	2,83	3,03	2,88	71,45	0,50

Todas las diferencias significativas para p< 0,05

Dinámicas culturales urbanas: caracterización según rasgos demográficos y socio-económicos

Medias para cada tipo de ciudad

	Comunitaria	Consumo visitantes	Cosmopolita	Total	F	Eta2
Población (miles) (2009)	120	121	259	169	3,38	0,05
Crec. Pobl. (%) (2001-09)	112,95	134,35	118,47	118,43	11,67	0,14
Antigüedad media viv. (2001)	15,63	12,96	14,92	14,94	8,49	0,11
Viv. secundarias (%) (2001)	7,85	24,25	8,96	10,96	35,80	0,34
Est. post-obligatorios (%) (2001)	38,47	34,92	48,37	41,36	27,19	0,28
Nivel económico (1-10) (2001)	5,00	5,33	7,06	5,78	19,75	0,22
Directivos+profes. (%) (2001)	17,62	18,09	26,72	20,90	31,08	0,30
Paro registrado (%) (2008)	6,61	5,66	4,79	5,81	14,19	0,17
Índice turístico (2009)	121,17	879,33	637,02	428,10	5,87	0,08
Índice activ. económica (2009)	247,21	267,71	732,25	421,21	3,59	0,05
Ext. comunitarios (%) (2009)	0,33	5,53	0,72	1,33	32,22	0,31
Ext. no comunitarios (%) (2009)	3,05	4,89	3,15	3,39	4,53	0,06
Parejas de hecho (%) (2001)	6,00	9,23	6,58	6,74	13,72	0,16