Lurralde : invest. espac.	41	2018	p: 33-53	ISSN 0211-5891	ISSN 1697-3070 (e)

LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS EN LA COMUNIDAD AUTÓNOMA DEL PAÍS VASCO: CARACTERÍSTICAS, EVOLUCIÓN Y DISTRIBUCIÓN ESPACIAL

ENRIQUE SECO*

XABIER GAINZA**

Recibido: 2016-10-07
Aceptado: 2016-12-09

* Departamento de Participación y Centros Cívicos, Ayuntamiento de Vitoria-Gasteiz,
Pintor Teodoro Dublang 25,
01008 Vitoria-Gasteiz,
yamago@hotmail.es

** Departamento de Economía Aplicada I,
Universidad del País Vasco UPV/EHU,
Av. Lehendakari Agirre 83, 48005, Bilbao,

xabier.gainza@ehu.eus

Resumen

En este trabajo analizamos el sector cultural y creativo de la CAPV para entender su peso dentro de la economía vasca, su evolución en los últimos ocho años y su distribución espacial, a partir de los datos estadísticos del Eustat. Nuestro análisis muestra que las industrias culturales y creativas representan el 5,7% de las empresas vascas, un porcentaje superior al del Estado y similar al de Cataluña. Además, el peso de este sector se ha mantenido relativamente estable durante los años de recesión, lo que da muestra de su dinamismo. En cuanto a la distribución espacial, las industrias culturales se concentran en las ciudades y algunas comarcas con una fuerte tradición cultural. Las causas de este patrón de localización parecen estar tanto en la demanda, por la cercanía a los consumidores, como en el lado de la oferta, en la medida en que la dotación de infraestructuras, la presencia de otros productores y la diversidad que caracterizan a las ciudades favorecen la creación cultural.

Palabras clave: Industrias culturales y creativas; crisis; localización espacial; País Vasco

Laburpena

Kultura- eta sorkuntza-industriak EAE-n: ezaugarriak, bilakaera eta kokapen espaziala

Lan honetan kultura- eta sorkuntza-sektorea EAE-an ikertu da, batetik bere pisu ekonomikoa eta azken zortzi urte hauetako bilakaera ikusteko eta bestetik, bere kokapen espaziala jakiteko, guztia Eustaten datuetan oinarrituak. Gure analisiak adierazten du nola kultura- eta sorkuntza-industriak euskal enpresen ehuneko 5,7 direla, hau da, Estatu Espainolaren gainetik daudela eta Kataluniaren irudikoa direla. Gainera, sektorearen pisua mantendu da krisialdi urte hauetan, sektorearen dinamismoa adierazten duena. Kokapen espazialaren aldetik, kultura-industriak hirietan eta kultura tradizio handiko hainbat eskualdetan kontzentratzen dira. Patroi honen arrazoiak topatu ditzakegu batetik, eskarian: kontsumitzaileen gertutasunagatik, eta bestetik eskaintzan: azpiegituren hornidurak, beste hornitzaileen hurbiltasunak eta hirien aniztasunak kultura sorkuntza sustatzen baitute.

Hitz gakoak: cultura- eta sorkuntza-industria, krisia, kokapen espaziala, Euskadi.

Abstract

Culture and creative industries in the Basque Autonomous Community: characteristics, evolution and spatial distribution

This paper analyzes the culture and creative sector in the Basque Autonomous Community in order to understand their role in the Basque economy, their evolution during the past eight years and their spatial distribution, based on Eustat data. Our analysis shows that culture and creative industries represent 5.7% of total Basque firms, a percentage that is greater than that of the State and similar to Cataluña. Besides, the share of this sector has remained relatively stable during the recession, which reflects the dynamism of the sector. Regarding their spatial distribution, culture industries agglomerate in urban areas and some counties that have a long cultural tradition. The reasons for this localization pattern seems to be due to demand side factors, i.e. proximity to consumers, and supply side factors, i.e., the endowment of creative infrastructures, the existence of related firms and the diversity that characterize cities.

Keywords: Culture and creative industries; crisis; localization; Basque Country

1. Introducción

En las últimas décadas, las industrias culturales y creativas (ICC) se han consolidado como un sector estratégico para el desarrollo regional debido a sus potenciales beneficios económicos, sociales y para la regeneración de barrios y ciudades. En términos económicos, la Comisión Europea estima que las ICC contribuyen al 3% del PIB y del empleo de la Unión. Su importancia, sin embargo, no se limita únicamente al potencial de este sector para crear empleo y crecimiento, sino que son agentes importantes para la innovación económica y social en muchos sectores (European Commission 2010). Las ICC tienen fuertes vínculos comerciales, y suelen ser las empresas más innovadoras las que tienen mayor número de intercambios con empresas creativas. Así, se puede hablar de una relación positiva entre la presencia geográfica de industrias creativas y compañías innovadoras en sectores intensivos en conocimiento. En términos sociales, los bienes culturales estimulan el

compromiso cívico y el desarrollo comunitario, por lo que contribuyen de manera importante a la construcción del capital social (Stern et al. 2010). Además, las ICC son agentes de transformación urbana, en la medida en que inciden en el cambio social de los barrios. A menudo las empresas culturales se localizan en barrios con un stock importante de locales en desuso, por lo que proporcionan un nuevo uso al espacio urbano post-industrial (Hutton 2009). Su presencia, sin embargo, también puede acarrear consecuencias negativas. La existencia de nuevos negocios y de una comunidad creativa atrae a estos barrios a otros residentes de mayor poder adquisitivo, lo que revaloriza el mercado inmobiliario y puede acabar expulsando a los vecinos originales (*gentrificación*) (Lees et al. 2008).

Pese a la creciente importancia de las ICC, no hay muchos estudios que aborden el impacto económico de este sector en el País Vasco. Este artículo pretende analizar la importancia económica de las ICC en términos de número de empresas, los sectores que las conforman, sus características, su distribución espacial y su evolución a lo largo de los últimos ocho años, a partir de los datos proporcionados por Eustat. Nuestro objetivo es mostrar una caracterización del sector que nos lleve a entender su peso dentro de la economía vasca, su evolución durante el periodo de recesión, y su distribución espacial, abordando las principales razones que explican su concentración en las ciudades y algunas comarcas.

El resto del artículo se organiza de la siguiente manera. En el segundo apartado repasamos algunos de las principales modelos que existen para caracterizar las ICC, ya que no hay consenso sobre las actividades que conforman el sector. Nosotros tomaremos una definición en términos de industria a partir de la CNAE ya que, a pesar de que esta clasificación no incluye las actividades no lucrativas, permite comparar el peso del las ICC vascas con el de otras regiones. En el apartado tres subrayamos la dimensión espacial de estas industrias, discutiendo su importancia para el desarrollo económico regional y su papel en la regeneración de barrios y ciudades. El apartado cuatro presenta los datos y las cuestiones metodológicas. El apartado cinco constituye el análisis del sector en términos del número de empresas, tamaño y personalidad jurídica, su comportamiento durante la recesión y su distribución espacial. Finalizamos el artículo con una serie de conclusiones y de recomendaciones sobre las orientaciones generales para una política de creación cultural adaptada a las necesidades del sector.

2. Las industrias culturales y creativas: una definición de trabajo

En términos generales, el término ‘creativo’ hace referencia a la capacidad para crear algo nuevo, reinventar y proponer nuevas soluciones a viejos problemas. Sin embargo, no hay consenso sobre la definición de las industrias culturales y creativas ni sobre qué actividades y sectores conforman este sector. Algunos autores consideran sólo las industrias culturales, mientras otros extienden este concepto a otras actividades creativas y toman conjuntamente las industrias culturales y creativas. Hartley (2005) define las industrias creativas como la convergencia entre las artes creativas (talento individual) y las industrias culturales (consumo de masas) en una economía del conocimiento para un nuevo uso de consumidores-ciudadanos activos. Thorsby (2008) por su parte considera que hay 3 elementos comunes que comparten las industrias culturales y creativas: requieren algún input de creatividad humana, son vehículos para mensajes simbólicos y contienen, al menos potencialmente, alguna propiedad intelectual atribuible a las personas o grupos que han producido el bien o servicio. Otros, sin embargo, consideran que las actividades derivadas del proceso creativo

no sólo generan empleo y riqueza, sino que también aumentan el bienestar, lo que nos lleva a valorarlas no sólo en términos instrumentales sino por su valor intrínseco (Stern et al. 2010).

Teniendo en cuenta la variedad de conceptualizaciones, no es de extrañar que los estudios realizados hayan tomado diferentes definiciones y hayan considerado actividades muy diversas como culturales y creativas. Uno de los primeros y más influyentes estudios fue el realizado por el Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte (DCMS, en sus siglas en inglés) en el Reino Unido. Éste consideraba *aquellas actividades que tienen su origen en la creatividad individual, los conocimientos y el talento y que tienen el potencial para crear riqueza y empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual* (DCMS 1998). A partir de esta definición, el DCMS creó una base de datos con 13 sectores y los mapeó para destacar su potencial económico.

Varios países replicaron este ejercicio, y la propia Comisión Europea mapeó el sector para destacar la contribución de las industrias creativas. En este caso, la Comisión consideró *las industrias que producen y distribuyen bienes que en el momento que son desarrollados son considerados de tener un atributo, uso o propósito específico que contiene o transmite expresiones culturales, independientemente del valor comercial que puedan tener* (European Commission 2010). Aparte de los sectores artísticos tradicionales, como el cine, DVD y video, televisión y radio, videojuegos, nuevos medios, música, libros y prensa, la Comisión incluyó arquitectura y diseño, ya que integran elementos creativos en los procesos de creación, y subsectores como el diseño gráfico, la moda o la publicidad. .

La Unesco también ha propuesto su propia definición para incluir las industrias creativas aplicadas a las industrias culturales y otras que dependen en la innovación, incluyendo muchos tipos de TICs, investigación y desarrollo. Para su clasificación, la Unesco distingue entre las industrias en dominios culturales centrales y extendidos (UIS 2009). Esta diferenciación entre industrias centrales y periféricas también están presentes en otros modelos como el de los Círculos Concéntricos, que entiende que las ideas creativas se originan en las actividades artísticas centrales en forma de sonido, texto e imagen, y estas ideas e influencias se difunden en diferentes capas o círculos concéntricos (Throsby 2008).

En este artículo tomamos un enfoque industrial al considerar los sectores económicos en los que se encuadran las actividades artísticas y culturales, así como otros que incorporan creatividad humana, son vehículos para mensajes simbólicos y contienen algún tipo de propiedad intelectual (ej. Arquitectura, publicidad). En el apartado 4 se especifica qué sectores incluyen cada una de las clasificaciones que empleamos. Este enfoque en términos de industria tiene la limitación de no incorporar las actividades de las organizaciones no lucrativas, que el Gobierno Vasco estima que representan el 7% del sector (Gobierno Vasco 2014). Sin embargo, permite comparar el peso de este sector en el País Vasco con el de otras regiones, en la medida en que estos datos son equiparables.

Tabla 1. Principales modelos de las ICC

Modelo DCMS	**Modelo de círculos concéntricos**	**Modelo de la Unesco**
Publicidad, Arquitectura, Arte y mercados de antigüedad, Artesanía, Diseño, Moda, Cine y video, Música, Artes escénicas, Industria editorial, Software, Televisión y radio, Video y videojuegos	**Actividades artísticas centrales** Literatura, Música, Artes escénicas, Artes visuales **Otras industrias culturales centrales** Cine, Museos y librerías **Industrias culturales extendidas** Servicios de patrimonio, Publicidad, Grabación de sonido, Televisión y radio, Video y videojuegos **Industrias relacionadas** Publicidad, Arquitectura, Diseño, Moda	**Industrias en dominios culturales centrales** Museos, galerías, librerías, Artes escénicas, Festivales, Artes visuales, Artesanía, Diseño, Publicidad, Televisión, Radio, Cine y video, Fotografía, Medios interactivos **Industrias en dominios culturales extendidos** Instrumentos musicales, Equipamiento de sonido, Arquitectura, Publicidad, Equipamientos de impresión, Software, Hardware audiovisual

Fuente: Throsby (2008)

3. La dimensión espacial de las ICC

Un aspecto importante de las ICC es la tendencia natural de estas industrias a concentrarse en determinados barrios, ciudades y regiones. A menudo las ICC conforman clusters o concentraciones de varias iniciativas culturales que producen sinergias debido a su proximidad espacial, el intercambio de conocimientos, su complementariedad y la existencia de instituciones y convenciones (Scott 2006). Al igual que en otras industrias, los clústeres favorecen la generación de diferentes externalidades positivas en términos de colaboraciones entre empresas, difusión de conocimientos e innovación. Sin embargo, mientras en otras industrias la especialización en torno a uno o unos pocos sectores propicia la emergencia de estas externalidades (economías *Marshallianas*), en el terreno cultural la diversidad favorece la creatividad y la innovación (economías *Jacobsianas*). Ello se debe a que aspectos como la fertilización cruzada entre disciplinas y la casualidad (*serendipity*) son procesos clave para la innovación en el ámbito cultural y creativo (Lazzeretti et al. 2013). Este diálogo entre disciplinas se ve favorecido por el hecho de que frecuentemente la producción cultural se organiza en torno a proyectos, colaboraciones temporales entre personas con diferentes habilidades (Lorenzen et al. 2008). En estas colaboraciones

sectores no relacionados, pero que comparten una proximidad cognitiva, se encuentran, dando lugar a nuevos proyectos e ideas.

Aunque muchos destacan la dimensión empresarial de la aglomeración, otros autores ponen el acento en las redes de relaciones sociales. Las colaboraciones entre los agentes culturales surgen de contactos cara a cara en ambientes informales, donde los trabajadores del sector cultural se encuentran (cafés, exposiciones, etc.) (Currid 2007). Por otra parte, los potenciales beneficios no se derivan únicamente de las colaboraciones temporales, el aprendizaje y la innovación, también del hecho de asociar una empresa a una determinada marca de lugar, a una reputación creativa (Rius Ulldemolins 2014, Smit 2011). A fin de cuentas, los culturales son productos simbólicos, por lo que alinearlos con las imágenes que el público tiene respecto a los elementos distintivos de un lugar puede aumentar el valor de un bien cultural (Costa 2013).

De todos modos, el argumento más influyente para la concentración de empresas culturales en ciudades y regiones parte de la idea de Florida de que la creatividad es la principal fuerza motriz en la nueva economía, y que la "clase creativa", los trabajadores creativos de los sectores más dinámicos, encuentran atractivas las prácticas culturales, y los ambientes y espacios donde éstas tienen lugar. Desde esta perspectiva, la importancia de los barrios culturales no se debe tanto a las externalidades que pueden generar a los creadores para la producción de bienes culturales, sino porque representan servicios (*amenities*) atractivos para el consumo de la clase creativa (Pratt 2008). En este sentido, los barrios culturales no serían importantes porque favorezcan una economía cultural local, sino porque ayudan a crear una imagen de marca del lugar (Mommaas 2004).

Sin embargo, la concentración de empresas y agentes culturales también es un elemento que fomenta la revalorización del mercado inmobiliario allí donde se localizan. Los artistas y otros productores culturales desatan a menudo procesos de gentrificación porque su presencia es atractiva para otros residentes y consumidores de mayor poder adquisitivo que comparten valores estéticos y el tipo de vida (Ley 2003, Zukin et al. 2011). La principal consecuencia de esto es que, al revalorizarse el mercado inmobiliario, los antiguos residentes son desplazados por los nuevos residentes. Este proceso no sólo afecta a las personas, sino que la gentrificación también provoca cambios en el paisaje comercial. Los negocios tradicionales son sustituidos por boutiques, cafeterías y otros servicios atractivos para la clase creativa, designando el barrio como "seguro" para nuevas inversiones comerciales que harán revalorizar los servicios y subirán las rentas (Zukin et al. 2009). El incremento del precio de los locales puede afectar también a los comercios y empresas creativas pioneras, que ven cómo son sustituidas por otros agentes con mayores beneficios. En este sentido, las industrias y comercios culturales *alumbran y queman* un área (Pratt 2009), ya que en su éxito comercial está el germen que las acabará desplazando. No obstante, esta dicotomía agentes culturales/gentrificación no es unívoca sino que existen diferentes trayectorias posibles (Gainza 2016). De todos modos, estas cuestiones ponen de manifiesto que al margen de los beneficios de las ICC para la economía urbana y el desarrollo regional, hay que tener presentes los efectos disruptivos que su presencia pudiera generar para los residentes y el negocio tradicional.

4. Datos y metodología

Para el análisis del impacto económico de las ICC en el País Vasco, se consideraron el número de empresas, su personalidad jurídica y el número de trabajadores durante el periodo 2008-2015, a partir de los datos del Instituto Vasco de Estadística (Eustat). Como

mencionamos, tomamos un enfoque industrial al incluir solo las actividades lucrativas y dejando al margen las organizaciones no lucrativas.

Los datos estadísticos recogidos del Eustat están divididos en dos clasificaciones: en grupos (A21) y en clases (CNAE-2009). El grupo A21 incluye 21 sectores económicos, de los cuales seleccionamos los dos únicos sectores que pertenecen al ámbito cultural y creativo, Información y comunicaciones (sección J) y Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento (sección R). Estas secciones incluyen algunas actividades que difícilmente pueden ser consideradas como culturales o creativas, tales como las actividades recreativas de juego y deporte, luego en términos reales el sector de las ICC es ligeramente menor.

Por otro lado, para hacer la clasificación de las ICC en clases CNAE-2009, tomamos como referencia el informe del Departamento Catalán de Cultura (Generalitat de Catalunya 2016), que considera la Clasificación Catalana de Actividades Económicas 2009 (CCAE-2009). Esta clasificación incluye 33 sectores divididos en 9 grupos. Los sectores considerados son: Patrimonio, archivos y bibliotecas (9102, 9103, 9105, 9106); Libros y prensa (4761, 4762, 5811, 5813, 5814, 6391, 7430); Artes visuales (7410, 7420, 9003); Música y artes escénicas (9001, 9002, 9004); Audiovisual y multimedia (4763, 5821, 5912-5920, 6010, 6020, 7722); Arquitectura (7111); Publicidad (7311); Otros servicios relacionados con la cultura (5819, 6399, 7312); y Actividades industriales relacionadas con la cultura (1811, 1812, 1820, 3220).

Estas estadísticas se presentan en tablas y gráficos para mostrar su volumen y evolución en el periodo 2008-2015. Además, mediante SIG se muestra la distribución espacial de las ICC a escala comarcal, tomando únicamente los años 2008, para ilustrar la situación antes de la crisis, y 2015, para ver la evolución de los sectores con más peso y su evolución a lo largo de estos 8 años.

Cabe señalar dos limitaciones de nuestro análisis. Primero, la falta de datos sobre producto interior bruto (PIB) y sobre valor añadido bruto (VAB), los principales indicadores del potencial económico. Segundo, la ausencia de estadísticas para otras regiones españolas y europeas, lo que posibilitaría un análisis comparativo. Pese a estas limitaciones, los datos de número de empresas y trabajadores dan una medida del impacto económico las ICC y permiten compararlo con otros sectores productivos. Por otra parte, la Generalitat de Catalunya sí presenta datos e informes periódicos sobre las ICC, por lo que es posible situar en contexto el desempeño del sector cultural y creativo vasco en relación al catalán, lo que sin duda constituye un referente adecuado dado el potencial de esta región.

5. Las Industrias Culturales y Creativas en la CAPV

5.1. Número de empresas, tamaño y personalidad jurídica

Considerando los 33 sectores que forman el sector de las ICC, existían 10.127 empresas en 2015, lo que representa el 5,74% de todas las compañías vascas, un porcentaje que se ha mantenido estable en los últimos siete años (Tabla 2). La proporción de las ICC desciende hasta 3,91% si consideramos la clasificación A21, la cual recoge sólo los sectores de Información y Comunicaciones (sección J) y Actividades Artísticas, recreativas y de entretenimiento (sección R), y que no incluye, por lo tanto, el sector más destacado, arquitectura. El porcentaje de ICC está bastante por encima de la media española, ya que éstas representaban el 3,5% del total de empresas, el 3,5% del PIB y el 3% del empleo

en 2014 (Ministerio de Educación, Cultura y Deportes 2016). Tomando como referencia Cataluña, donde el estado estima que se concentra el 20% de las ICC de España, el peso relativo del sector cultural y creativo vasco es similar al catalán, ya que las ICC catalanas representaban el 5,71% del total de empresas en 2013 (Generalitat de Catalunya, 2016).

Por sectores destacan Arquitectura, con 3.212 empresas en 2015 que representan el 31,72% de las ICC, Artes visuales (18,28%), Libros y prensa (18,13%), Publicidad (11,31%), Artes escénicas y musicales (6,94%), Actividades industriales relacionadas con la cultura (6,11%), Audiovisual y multimedia el (3,38%), Patrimonio, archivos y bibliotecas (2,83%) y Otros servicios relacionados con cultura (1,29%). El peso de los sectores en Cataluña es similar al del País Vasco, donde los 4 sectores más importantes, Arquitectura, Artes visuales, Libros y prensa y Publicidad, representan el 81,5% de todas las ICC. Hay que destacar que en el sector de patrimonio, archivos y bibliotecas, sector fuertemente unido al sector público, tan solo representaba el 0,35% en 2013.

Para analizar el número de empleados y la personalidad jurídica hay que tomar la división A21, ya que Eustat no aporta estos datos para la CNAE-2009. De acuerdo a la A21, el 92,94% de las empresas son microempresas, con menos de 10 trabajadores, y el 74,85% de las empresas con tan solo 1 o 2 trabajadores. Es un sector formado por pequeñas compañías donde los trabajadores son altamente cualificados y donde se reproduce un patrón de emprendizaje en el que trabajadores con experiencia en el sector deciden emprender y establecerse como autónomos. De esta forma, pese a que la capacidad de crear empleo no es muy grande, se trata de un sector dinámico en el que el empleo es de alta cualificación.

En cuanto a su personalidad jurídica, el 43,32% de las empresas en 2015 eran trabajadores autónomos, el 32,42% eran Sociedades Limitadas, y el 14,15% eran otras sociedades y asociaciones. Si consideramos sólo las empresas con 1 o 2 trabajadores, el 55,71% son trabajadores autónomos, el 27,15% son Sociedades Limitadas y el 12,54% son otras sociedades y asociaciones. Así, se trata de un sector muy atomizado compuesto mayoritariamente por trabajadores autónomos y empresas de 1 o 2 trabajadores. Esta tendencia es similar en todas las provincias, aunque en Gipuzkoa, donde hay una gran tradición cooperativista, la forma jurídica de otras sociedades y asociaciones es 8 puntos más que en las otras dos provincias. Este patrón también se da en España debido a que es la forma más sencilla, barata y rápida de constituirse, así como al hecho de que las sociedades limitadas tienen la ventaja de limitar la responsabilidad a los capitales y bienes aportados.

Tabla 2. Las ICC vascas tomando la CNAE-2009 (2008-2015)

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total CNAE-2009	203911	202093	191057	185454	184471	179285	176879	176384
total ICC	11649	11831	11196	10768	10549	10194	10121	10127
%	5,71%	5,85%	5,86%	5,81%	5,72%	5,69%	5,72%	5,74%
Patrimonio, archivos y bibliotecas	238	332	318	313	298	289	282	287
Libros y prensa	2379	2420	2285	2083	2021	1950	1923	1836
Artes visuales	1860	1836	1761	1725	1734	1720	1753	1851
Artes escénicas y musicales	742	772	737	709	681	673	677	703
Audiovisual y multimedia	633	635	564	495	443	390	358	342
Arquitectura	3610	3641	3508	3478	3440	3299	3264	3213
Publicidad	1189	1198	1147	1064	1062	1050	1103	1145
Otros servicios relacionados con la cultura	358	358	235	219	204	175	137	131
Actividades relacionadas con la cultura	640	639	641	682	666	648	624	619

Fuente: Eustat

5.2. El impacto de la recesión económica

El impacto de la recesión económica en la CAPV ha sido desigual entre sectores económicos, en función de factores como la competitividad, el dinamismo y el comportamiento del mercado. De la misma manera, se puede decir que, si bien el impacto se ha generalizado en todo el País Vasco, los efectos no han sido iguales en todas las comarcas dependiendo de la estructura productiva y las condiciones demográficas de éstas.

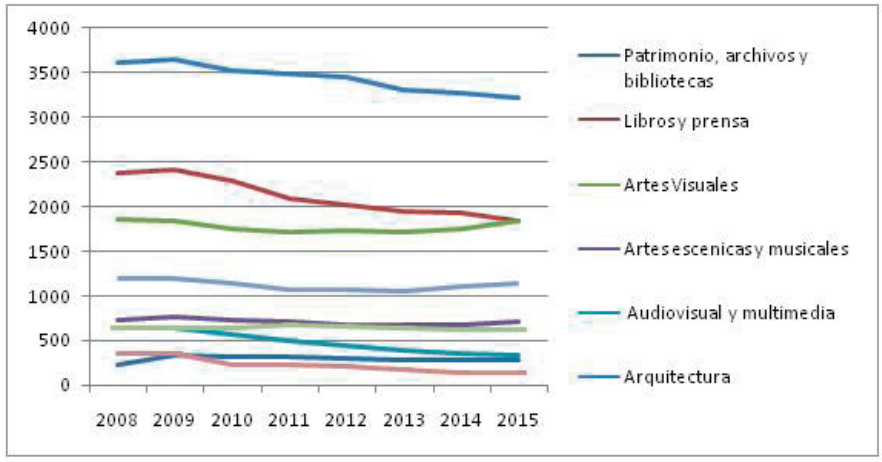
El número de ICC era de 11.649 en 2008, el 5,71% de todas las empresas vascas, y 10.127 en 2015, luego hubo un descenso del 13%. Sin embargo, el número de empresas en el País

Vasco disminuyó un 13,5%, es decir, las ICC cayeron 0,5 puntos menos. En perspectiva, el sector estaba creciendo en número de empresas por encima de la media hasta el año 2009, tras lo cual empezó a descender el número de empresas, y no es hasta 2013 cuando empieza a crecer de nuevo. Esta evolución es similar a la de las ICC catalanas, aunque la destrucción de empresas comienza dos años más tarde en Cataluña y es menor que en el País Vasco, ya que el número de ICC hasta el año 2013 sólo descendió un 6,23%. En esta evolución tuvo un impacto significativo la caída en el consumo de cultura en los hogares a consecuencia de la larga recesión económica, el incremento del IVA cultural y la reducción de las ayudas públicas. En este sentido, parece una muestra del dinamismo de las ICC que empezaran a decrecer mas tarde y en menor medida que en el resto de sectores económicos, y ello pese a la importante caída en la demanda interna.

Por sectores la evolución durante los años de crisis resulta desigual. Arquitectura, el sector más importante, disminuyó tan solo un 11%, es decir un 2,5% menos que la media vasca, y eso a pesar de estar fuertemente relacionado con el sector de la construcción, que perdió un 39,5%. Es remarcable, por tanto, la capacidad de adaptación de este sector ante las nuevas situaciones socio-económicas. Artes visuales, segundo sector con más peso, tan sólo disminuyó en 9 el número de empresas entre 2008 y 2015. La recesión ha creado nuevas oportunidades debido a que las empresas necesitan aportar un valor añadido a sus bienes y servicios para diferenciarlos de la competencia, luego las empresas de diseño especializadas, las actividades de fotografía y creación artística son un buen camino para muchas empresas para ganar competitividad.

Los sectores que más decrecieron desde 2008 fueron libros y prensa, que cayó un 22,82%, audiovisuales y multimedia, un 45,97%, y otros servicios relacionados con la cultura, un 63,41%. En la medida en que éstos dependen del consumo cultural de los ciudadanos, parece que es en estos sectores donde más se ha notado el incremento del IVA cultural. Recordemos que en museos el IVA pasó del 8% al 10%, el de los teatros, cines y conciertos de un 8% a un 21% y el de los libros electrónicos, DVD y CD de música de un 18% a un 21%, convirtiendo a España en el país con la tasa más alta de todo Europa.

Gráfico. n. 1. El impacto de la recesión por sectores (número de empresas)

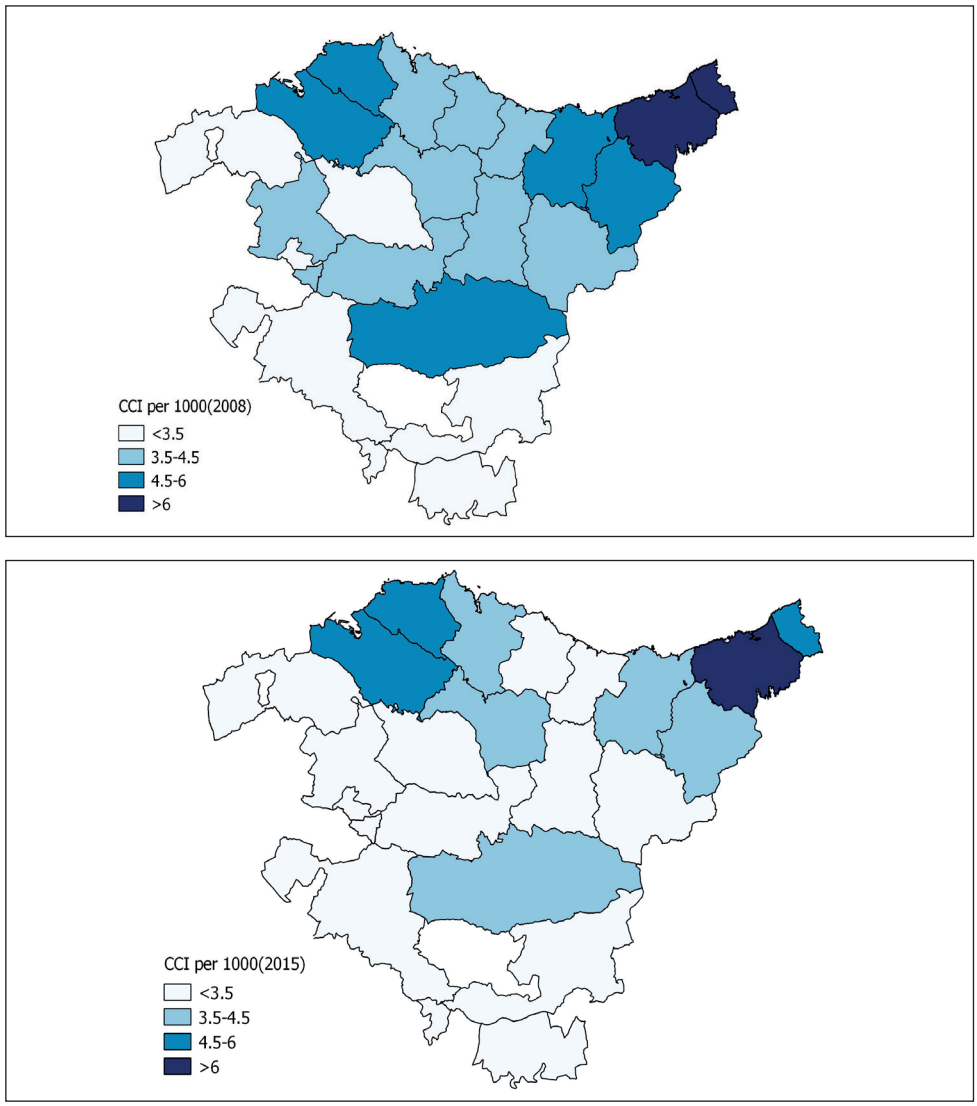


Fuente: Eustat

5.3. La distribución espacial

Las ICC no se distribuyen de igual forma a lo largo del País Vasco: Bizkaia es la provincia con más empresas culturales, el 51,78% del total en 2015, que representan el 5,65% de las empresas vizcaínas; en Gipuzkoa se encuentran el 34,16% de las ICC, que representan el 6,06% de todas las empresas guipuzcoanas; y Araba es la provincia con menos peso económico, donde las ICC son el 5,29% del total de las empresas alavesas. Luego a pesar de que las tres provincias vascas son muy diferentes en términos de población y tipo de actividades económicas, el peso de las ICC es bastante similar en las tres provincias, en torno al 5,5%, porcentaje similar al de Cataluña.

Gráfico. n. 2. Total de ICC por 1000 habitantes (2008 y 2015)



Fuente: Elalboración propia.

Por comarcas, Donostialdea y Bajo Bidasoa son las comarcas con mayor número de ICC por habitante, una posición que se ha mantenido a pesar de la recesión (Figura 3). En Bajo Bidasoa destacan Irun y Hondarribia, donde se concentra un gran número de empresas dedicadas a la edición de libros, prensa, revistas y traducción. Donostia posee una fuerte tradición cultural, con importantes festivales internacionales como Zinemaldia y Jazzaldia. Cuenta así mismo con redacciones de periódicos, como El Diario Vasco, Gara, Diario de Guipúzcoa, Berria, y Miramón, donde se encuentran los estudios de producción de programas de EITB, y existe también un tejido de microempresas en sectores vinculados al diseño. En cuanto a infraestructuras, destaca la creación de Tabakalera como centro de creación, formación y exposición de arte, laboratorio tecnológico cultural y centro de intercambio internacional de artistas. Todos estos factores han contribuido para que Donostia consiga el titulo de Capital Europea de la Cultura 2016. La capitalidad cultural puede servir para regenerar la ciudad, atraer turistas y cambiar o reforzar la imagen de la ciudad como destino cultural (Richards et al. 2004, Garcia 2005). Sin embargo, está por ver si logrará dinamizar la producción cultural en la misma medida. La apuesta por Tabakalera ha sido justificada por el rol que pueda tener para impulsar la creación artística, pero ésta depende del dinamismo del micro-tejido cultural y creativo de la ciudad. De hecho, el fortalecimiento de las redes que ya existen y el apoyo a las iniciativas culturales de base tienen un impacto mayor que las grandes infraestructuras que consumen, además, una importante proporción de los recursos económicos destinados a la cultura.

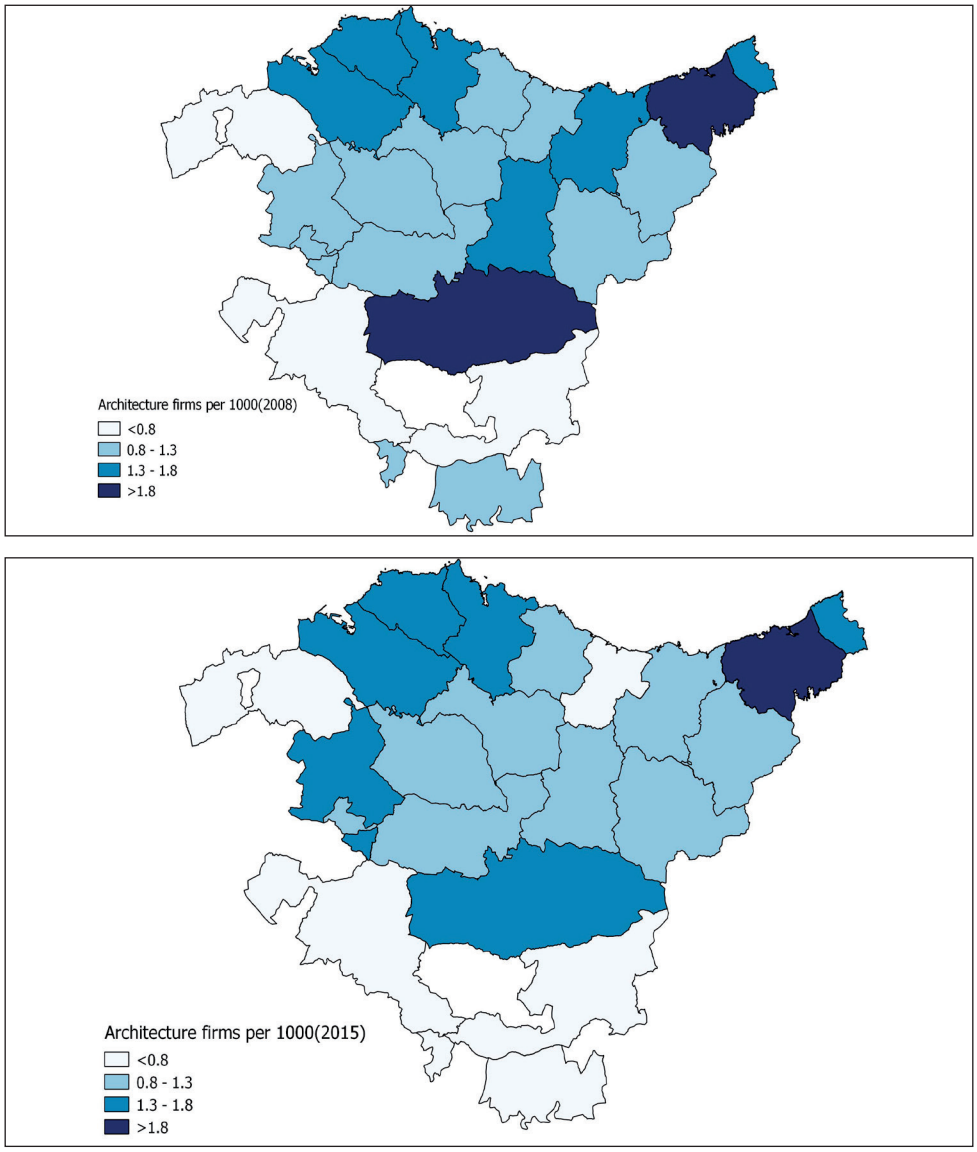
Al margen de Donostia, en Gipuzkoa hay otras dos comarcas importantes: Tolosaldea, donde podemos remarcar la importancia del Archivo General de Gipuzkoa, el Centro Internacional del Títere de Tolosa (TOPIC) y Bonberenea, centro auto gestionado que cuenta con sala de cine, emisora de radio y estudio de grabación; y Urola Kosta, con un sector cultural y creativo vinculado al motor económico de la comarca, el turismo.

En Bizkaia el área más importante es el Gran Bilbao. La creación del Guggenheim tuvo un impacto importante en términos económicos y como tractor del cambio de la imagen de la ciudad (Plaza 2006), aunque no haya estado exento de críticas. Por otra parte, se crearon varias infraestructuras culturales para que tras el “efecto Guggenheim”, Bilbao pasara a ser una ciudad donde el arte no es sólo visitado y consumido, también creado (Plaza et al. 2009). En este ámbito destacan Bilbao La Vieja-San Francisco y La Ribera como los principales focos de producción cultural de base. En Bilbao La Vieja-San Francisco, el Ayuntamiento puso en marcha una estrategia de regeneración basada en la atracción empresas culturales y creativas. Esta estrategia ha cambiado la imagen del barrio, ha atraído otros residentes y se han abierto nuevos negocios, con los beneficios y costes que ello conlleva en términos de gentrificación (Vicario et al. 2003). Sin embargo, resulta más cuestionable que haya servido para crear un importante *cluster cultural*, en el sentido de una red compleja de relaciones entre agentes culturales y una imagen de marca del barrio que pueda servir de algún tipo de ventaja comercial (Gainza 2016). Este proceso parece estar reproduciéndose ahora en La Ribera, donde viejos pabellones industriales han sido readaptados por productores culturales y creativos. En este barrio encontramos iniciativas como ZAWP, en cuyos locales se alojan más de una decena de empresas culturales, Pabellón 6, el mercado Open Your Ganbara, productoras y nuevos negocios de diseño. Aunque la presencia de estos agentes atrae a mucha gente y ha servido para incluir en el imaginario colectivo de la ciudad a un barrio que hasta ahora parecía excluido, algunos vecinos temen que sean la avanzadilla para la implantación del plan de revitalización de Zorrozaurre (AAVV de La Ribera 2015).

Al margen de Bilbao, en Bizkaia tienen importancia las comarcas de Gernika-Bermeo, donde la combinación de arte, tecnología y naturaleza han provocado la creación diferentes

empresas. La comarca del Duranguesado celebra todos los años la más importante feria de libros y discos vascos y donde estuvo la sede de EITB hasta 2007 que se traslado a Bilbao. En la comarca de Plentzia-Mungia también hay un número importante núcleo de ICC, sobre todo destacando estudios de grabación.

Gráfico. n. 3 Empresas de arquitectura por 1000 habitantes (2008 y 2015)

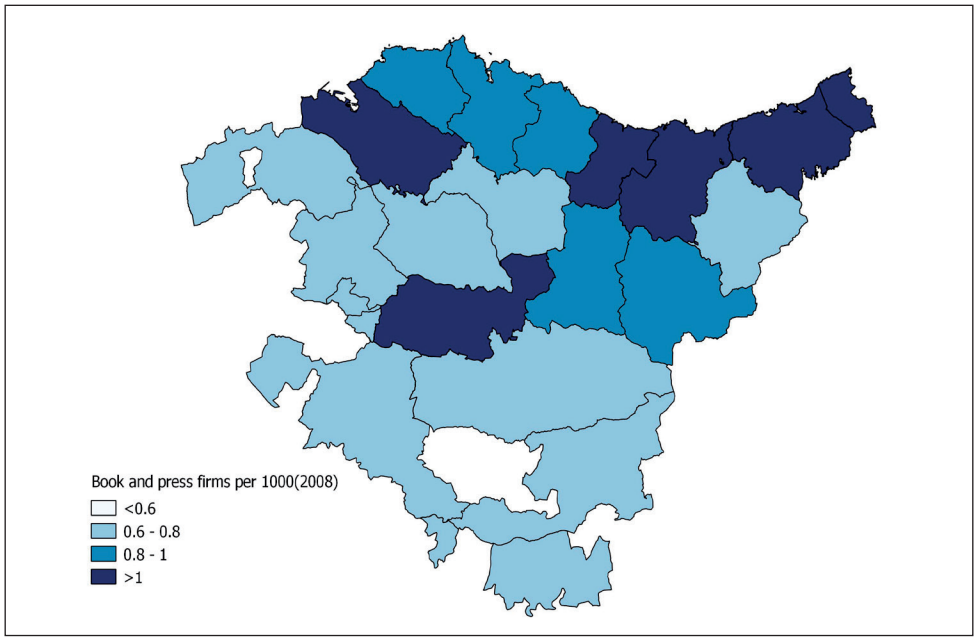


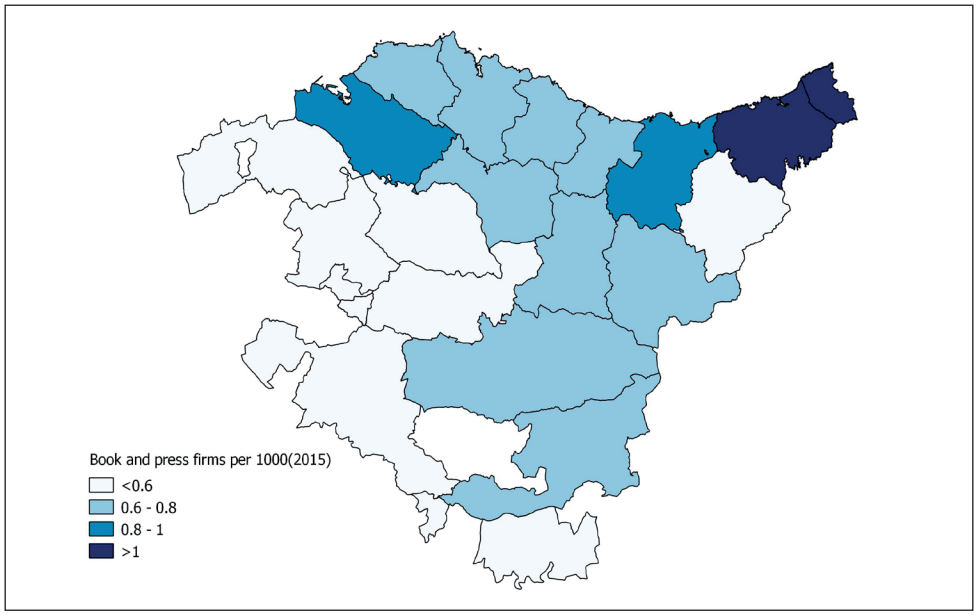
Fuente: Elaboración propia.

En Álava la mayoría de las ICC se concentran el Vitoria-Gasteiz, donde el museo de arte Artium y el centro de cultura vasca Montehermoso son puntos de referencia en la difusión del arte. La ciudad tiene una apuesta importante en las artes escénicas, ya que cuenta

con una amplia red de teatros y donde se lleva celebrando desde hace más de 40 años el Festival Internacional de Teatro, así como el programa Kaldearte, dedicado al arte escénico de calle. Además cuenta con importantes festivales de música como son el Azkena Rock Festival y el Festival de Jazz de Vitoria-Gasteiz.

Gráfico. n. 4 Empresas de libros y prensa por 1000 habitantes (2008 y 2015).





Fuente: Elaboración propia.

Al margen de la distribución general de las ICC, en los siguientes mapas se ha estudiado la distribución y evolución de los cuatro sectores con mayor peso, teniendo en cuenta la evolución de la población en los años 2008 y 2015. El sector de Arquitectura se distribuye por todas las comarcas, pero especialmente en las áreas donde hay más población, como son las capitales y las zonas turísticas de la costa. Cabe remarcar Donostia, por mantener un elevado número de empresas a lo largo de estos 8 años. También se refleja un significativo incremento de las empresas de arquitectura en la comarca Cantábrica Alavesa. De todos modos, en la mayoría de las comarcas el número de empresas por 1000 habitantes se ha mantenido relativamente constante pese al pinchazo de la burbuja inmobiliaria, salvo en las comarcas de la Llanada Alavesa, Urola Costa y Deba, donde el boom de la construcción provocó una fuerte creación de empresas y la recesión económica ha supuesto el cierre de muchas de ellas.

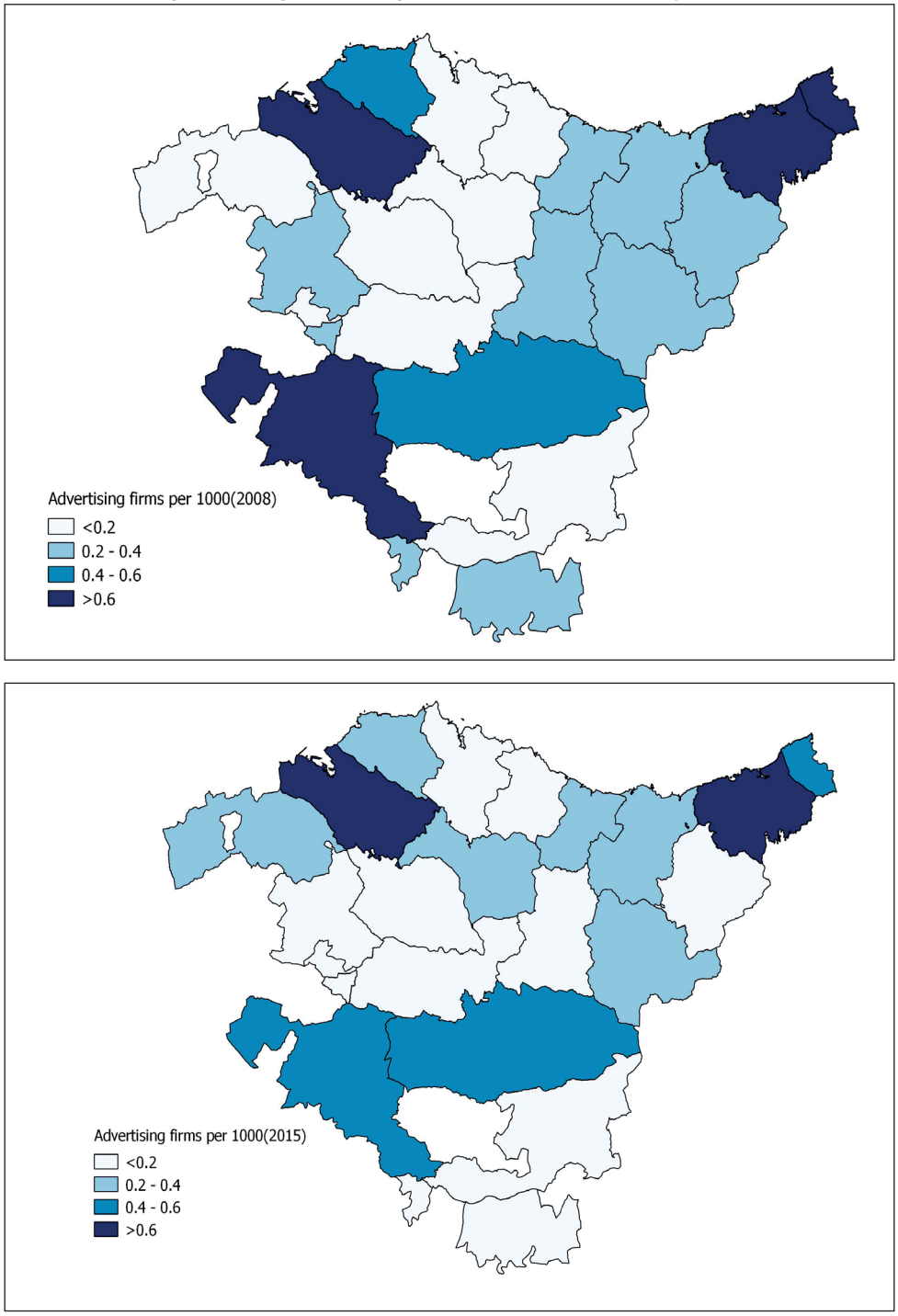
Las empresas de libros y prensa se distribuían por todas los comarcas en 2008, pero el incremento del IVA en los libros y revistas sumado a la recesión económica, ha provocado un menor consumo de este tipo de bienes y por tanto el cierre de muchas de estas empresas, especialmente en las zonas rurales. Sólo la comarca de Donostialdea y Bajo Bidasoa han mantenido su peso, debido a la importancia de Gipuzkoa como manufacturera de papel y de todas las empresas relacionadas con el papel, tales como imprentas, editoriales de periódicos y publicaciones de revistas.

El sector de la publicidad se concentra en las capitales vascas, por las economías de aglomeración y urbanización, ya que en las ciudades hay un número mayor de empresas que necesitan servicios de publicidad. Hay que remarcar que el número de empresas de este sector ha decrecido muy poco pese a la crisis, algo que podría indicar que la demanda se ha mantenido relativamente estable y que, por tanto, las empresas han mantenido sus gastos en publicidad para hacer frente a la recesión.

El sector de las Artes visuales también ha ganado peso en estos 8 años. Las empresas de artes visuales se distribuyen a lo largo del País Vasco, pero hay que subrayar Donostia por su alto grado de concentración de empresas de diseño especializado, actividades fotográficas y creación artística.

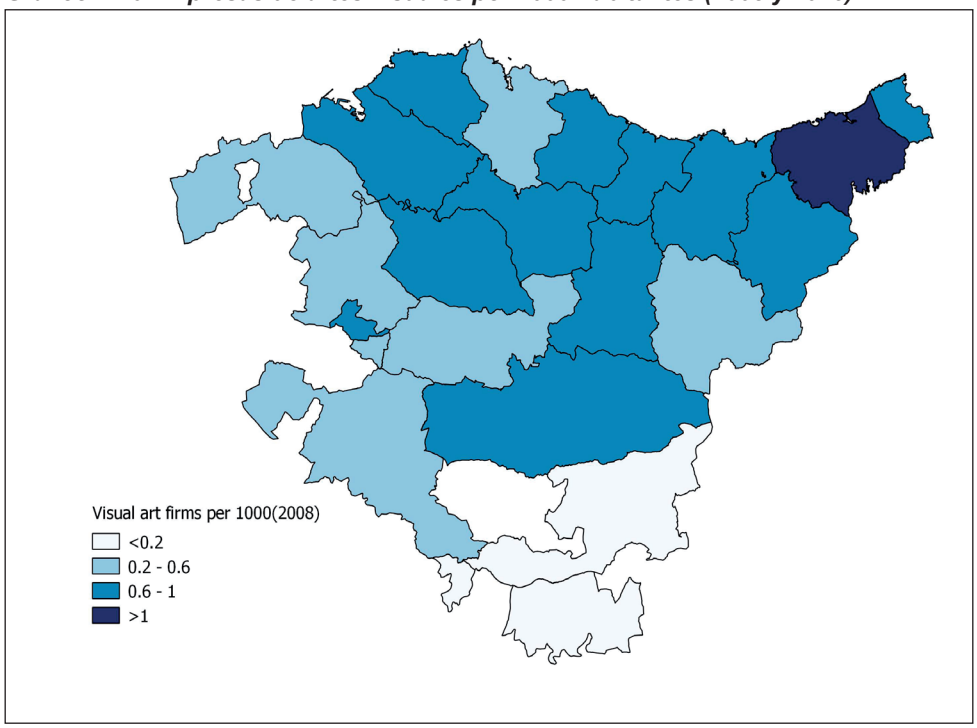
En definitiva la distribución espacial de las ICC muestra que estas industrias son, fundamentalmente, urbanas. Las ICC tienden a concentrarse en las ciudades, donde se benefician de economías de urbanización. Aspectos en el lado de la demanda como una mayor población, la dotación de infraestructuras, y el acceso de los consumidores a los productos culturales se ven favorecidos en las ciudades. En el lado de la oferta, la presencia de otros productores, las infraestructuras para la creación y la multiculturalidad y diversidad que caracterizan en mayor medida a las ciudades favorecen el flujo de ideas y tendencias. Al margen de estos beneficios, las ciudades también presentan inconvenientes, fundamentalmente mayores costes. Esto provoca, por un lado, que muchos creadores elijan barrios donde el alquiler sea más barato como en el caso de San Francisco y La Ribera en Bilbao y, por otro, que algunos creadores emigren a zonas rurales, particularmente aquellos que no requieren de una cercanía al mercado. Así, aparte de las capitales, las ICC también aparecen en algunas áreas rurales, como Cantábrica Alavesa, Gorbea y Arratia-Nerbioi.

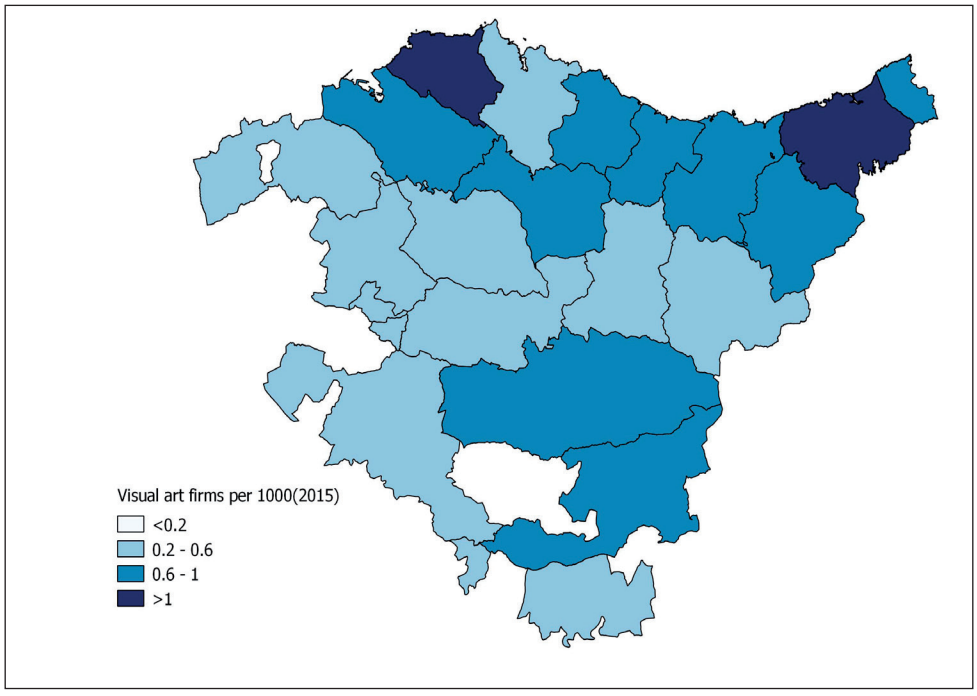
Gráfico. n. 5 Empresas de publicidad por 1000 habitantes (2008 y 2015)



Fuente: Elaboración propia.

Gráfico. n. 6 Empresas de artes visuales por 1000 habitantes (2008 y 2015)





Fuente: Elaboración propia.

6. Conclusiones

Las industrias culturales y creativas se han convertido en los últimos años en un sector económico estratégico para la Unión Europea por su contribución al PIB y su potencial para generar empleo. En este trabajo hemos realizado una aproximación a este sector en la CAPV con el objetivo de analizar el peso de estas industrias como sector económico, su evolución durante la recesión y su distribución espacial. Tres son las principales conclusiones que caben extraerse. En primer lugar, las ICC poseen un peso relativamente destacado dentro de la economía vasca, representando el 5,7% de todas las empresas. Este porcentaje es mayor que la media española y similar al de Cataluña, que es un referente tanto por la competitividad de su sector cultural como por la consideración que tienen dentro de la agenda política, puesto que llevan desde los años 80 haciendo análisis económicos sobre la cultura y hoy en día es una de sus prioridades políticas. Más de la mitad de las ICC vascas se localizan en Bizkaia, pero el peso de este sector es muy similar en las tres provincias, a pesar de que sus marcos económicos e industriales, así como sus antecedentes culturales son muy diferentes.

La mayoría de las ICC son microempresas, y casi el 75% de ellas están compuestas por 1 o 2 trabajadores. A menudo los trabajadores son emprendedores que, siendo altamente cualificados y teniendo una gran experiencia y conocimiento de la materia, deciden emprender un nuevo proyecto empresarial. En este sentido, se trata de un sector con un potencial importante para crear empleo, si bien no por cuenta ajena, sí mediante el emprendizaje. Estas características las convierten en empresas muy dinámicas, autónomas, capaces de adaptarse y afrontar los nuevos y cada vez más rápidos cambios socio-económicos. A lo largo de estos 8 largos años de recesión económica y de contratiempos que han golpeado al sector (la crisis inmobiliaria, con su especial repercusión en la arquitectura, el incremento del IVA cultural o la reducción del poder adquisitivo de las familias), ha sido capaz de adaptarse y en muchas ocasiones aprovechar la coyuntura para seguir creciendo, manteniendo su peso económico.

Respecto a su localización espacial podemos concluir que, a pesar de distribuirse por todo el territorio vasco, es en las grandes ciudades donde tienden a concentrarse en mayor número, dando lugar a concentraciones geográficas, o clústeres culturales, en algunos barrios. Las ICC encuentran en los cascos viejos de las ciudades y en las zonas desindustrializadas condiciones apropiadas para desarrollar su actividad, ya que, en el primero de los casos les acerca a sus potenciales clientes y, en el segundo, abundan los locales cerrados y los alquileres son más baratos. De esta forma, ciudades como Bilbao han visto en el impulso de su sector cultural una herramienta para cambiar la imagen y transformar alguno de sus barrios, notablemente San Francisco y, ahora, La Ribera (Zorrotzaurre). Aunque esta estrategia no está exenta de críticas ya que puede contribuir a revalorizar el mercado inmobiliario y, de esta forma, expulsar a algunos de los vecinos, pone así mismo de manifiesto el potencial de este sector no sólo para generar empleo, también para la cohesión y la transformación social. Al margen de Bilbao, destacan las comarcas de San Sebastián y Bajo Bidasoa, donde el número de ICC por habitante es el más elevado del País Vasco. En el caso de San Sebastián, está por ver si la capitalidad europea de la cultura va a servir para establecer las bases de un sistema de producción cultural sólido y duradero en el tiempo. Resulta evidente que la capitalidad es un acicate para el turismo y el consumo cultural, pero no está tan claro que sirva así mismo para desarrollar la producción en el sector cultural. El dinamismo del sector descansa en buena medida en la producción cultural de base, en el microcosmos de pequeños creadores locales, y las necesidades y demandas de éstos no siempre van de la mano de los grandes eventos culturales.

De nuestro análisis se desprenden varias implicaciones para el diseño de políticas. Por una parte, dado que las ICC están a medio camino entre la creación cultural y la actividad productiva, resulta necesario incorporar la consideración de éstas como sector económico en las políticas culturales. Ciertamente, se están dando pasos en este sentido, pero dado su potencial para el desarrollo económico y el empleo, cabría reforzar la dimensión empresarial de la actividad cultural. Además, las ICC mantienen relaciones con otros sectores productivos y son a menudo fuente de creatividad, innovación y mejora de la competitividad, por lo que también las políticas industriales debieran considerar el potencial de este sector para el desarrollo regional. Por otra parte, si bien es cierto que desde diferentes instituciones se ha apostado por este sector, los motivos para ello no siempre responden a las necesidades del sector cultural y creativo local. Ejemplos de ello son Bilbao, donde el Ayuntamiento apostó por la cultura como motor económico y el cambio de imagen de la ciudad, y más recientemente como un elemento para el cambio social de algunos barrios; o Donostia, donde la capitalidad es vista como un incentivo para el turismo cultural. Sin embargo, estas actuaciones pueden acarrear repercusiones negativas, fundamentalmente la gentrificación de algunos barrios, y además no tienen por qué suponer un estímulo para la propia producción cultural. El "efecto derrame" que las grandes inversiones en infraestructuras y eventos culturales pudieran tener sobre la producción cultural no es ni automático, ni necesariamente beneficioso para los pequeños productores. A menudo, la creación cultural, sobre todo la más innovadora, descansa en el tejido de pequeños productores culturales locales. En este sentido, una política cultural que considere sus particularidades y apoye las necesidades concretas de este tejido resultará más efectiva para estimular la creación, que los grandes eventos culturales. Creemos que nuestro análisis, en la medida en que ayuda a caracterizar el sector y su distribución territorial, es un paso en esa dirección.

Bibliografía

AAVV de La Ribera., 2015. *¿La Ribera Vs. "Zorrozaurre"? 10 Años Después Del Master Plan.* Bilbao: AAVV Euskaldunako Zubia and Ayuntamiento de Bilbao.

COSTA, P., 2013. The importance of gatekeeping processes and reputation building in the sustainability of creative milieus: Evidence from case studies in Lisbon, Barcelona and Sao Paulo. In: L. LAZZERETTI ed., *Creative industries and innovation in Europe. Concepts, measures and comparative case studies*. London and New York: Routledge, pp. 286-306.

CURRID, E., 2007. How Art and Culture Happen in New York: Implications for Urban Economic Development. *Journal of the American Planning Association*, 12/31; 2014/05, vol. 73, no. 4, pp. 454-467 ISSN 0194-4363. DOI 10.1080/01944360708978526.

DCMS., 1998. *Creative Industries Mapping Document.* London: DCMS.

European Commission., 2010. *Green Paper: Unlocking the Potential of Cultural and Creative Industries.* Brussels: European Commission.

GAINZA, X., 2016. Culture-Led Neighbourhood Transformations Beyond the revitalisation/ gentrification Dichotomy. *Urban Studies*, vol. 00, pp. 1-18. Disponible en: http://usj.sagepub.com/content/early/2016/02/11/0042098016630507.abstract.

GARCIA, B., 2005. Deconstructing the City of Culture: The Long-Term Cultural Legacies of

Glasgow 1990. *Urban Studies*, vol. 42, no. 5-6, pp. 841-868.

Generalitat de Catalunya., 2016. *Estadísticas Culturales De Cataluña.* Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura.

Gobierno Vasco., 2014. *Industrias Culturales y Creativas En Euskadi: Presente y Futuro.* Vitoria-Gasteiz: Servicio Central de Publicaciones del Gobierno Vasco.

HARTLEY, J., 2005. Creative industries. In: J. HARTLEY ed., Creative industries. Oxford: Blackwell Pub. *Creative Industries*, pp. 1-40.

HUTTON, T.A., 2009. The Inner City as Site of Cultural Production Sui Generis: A Review Essay. *Geography Compass*, vol. 3, no. 2, pp. 600-629.

LAZZERETTI, L. and CINTI, T., 2013. From cultural cluster to creative cluster. The case of art restoration in Florence. In: L. LAZZERETTI ed., *Creative industries and innovation in Europe. Concepts, measures and comparative case studies*. London and New York: Routledge, pp. 175-193.

LEES, L., SLATER, T. and WYLY, E., 2008. *Gentrification.* New York: Routledge.

LEY, D., 2003. Artists, Aestheticisation and the Field of Gentrification. *Urban Studies*, vol. 40, no. 12, pp. 2527-2544.

LORENZEN, M. and FREDERIKSEN, L., 2008. Why do Cultural Industries Cluster? Localization, Urbanization, Products and Projects. *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*, pp. 155-179.

Ministerio de Educación, Cultura y Deportes., 2016. *Plan De Fomento De Las Industrias Culturales y Creativas 2016.* Madrid: Secretaría General Técnica.

MOMMAAS, H., 2004. Cultural Clusters and the Post-Industrial City: Towards the Remapping of Urban Cultural Policy. *Urban Studies*, vol. 41, no. 3, pp. 507-532.

PLAZA, B., 2006. The Return on Investment of the Guggenheim Museum Bilbao. *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 30, no. 2, pp. 452-467.

PLAZA, B., TIRONI, M. and HAARICH, S.N., 2009. Bilbao's Art Scene and the "Guggenheim Effect" Revisited. *European Planning Studies*, vol. 17, no. 11, pp. 1711-1729.

PRATT, A.C., 2008. Creative Cities: The Cultural Industries and the Creative Class. *Geografiska Annaler: Series B, Human Geography*, vol. 90, no. 2, pp. 107-117.

PRATT, A.C., 2009. Urban Regeneration: From the Arts `Feel Good' Factor to the Cultural Economy: A Case Study of Hoxton, London. *Urban Studies*, vol. 46, no. 5-6, pp. 1041-1061.

RICHARDS, G. and WILSON, J., 2004. The Impact of Cultural Events on City Image: Rotterdam, Cultural Capital of Europe 2001. *Urban Studies*, vol. 41, no. 10, pp. 1931-1951.

RIUS ULLDEMOLINS, J., 2014. Culture and Authenticity in Urban Regeneration Processes: Place Branding in Central Barcelona. *Urban Studies*, vol. 51, no. 14, pp. 3026-3045.

SCOTT, A.J., 2006. Creative Cities: Conceptual Issues and Policy Questions. *Journal of*

Urban Affairs, vol. 28, no. 1, pp. 1-17.

SMIT, A.J., 2011. The Influence of District Visual Quality on Location Decisions of Creative Entrepreneurs. *Journal of the American Planning Association*, vol. 77, no. 2, pp. 167-184.

STERN, M.J. and SEIFERT, S.C., 2010. Cultural Clusters: The Implications of Cultural Assets Agglomeration for Neighborhood Revitalization. *Journal of Planning Education and Research*, vol. 29, no. 3, pp. 262-279.

THROSBY, D., 2008. Modelling the Cultural Industries. *International Journal of Cultural Policy*, 08/01; 2014/05, vol. 14, no. 3, pp. 217-232.

UIS., 2009. *2009 UNESCO Framework for Cultural Statistics.* UIS ed., Montreal: UIS.

VICARIO, L. and MARTINEZ MONJE, P.M., 2003. Another 'Guggenheim Effect'? the Generation of a Potentially Gentrifiable Neighbourhood in Bilbao. *Urban Studies*, vol. 40, no. 12, pp. 2383-2400.

ZUKIN, S., et al, 2009. New Retail Capital and Neighborhood Change: Boutiques and Gentrification in New York City. *City & Community*, vol. 8, no. 1, pp. 47-64.

ZUKIN, S. and BRASLOW, L., 2011. The Life Cycle of New York's Creative Districts: Reflections on the Unanticipated Consequences of Unplanned Cultural Zones. *City, Culture and Society*, 9, vol. 2, no. 3, pp. 131-140.