

Las industrias culturales y creativas en España: una aproximación cuantitativa

Marcial Murciano
Carlos González Saavedra

Introducción

LAS INDUSTRIAS Culturales y Creativas (ICC) constituyen un poderoso instrumento de desarrollo económico y de competitividad dada su relevancia en términos de empleo, innovación y cohesión social. Existen relaciones recíprocas entre algunos indicadores fundamentales para contextualizar las actividades creativas en el escenario español: el Producto Interior bruto (PIB) per cápita, el empleo cultural y la cantidad de empresas dedicadas a las actividades creativas se retroalimentan positivamente; el dinamismo en el ámbito de las ICC también se asocia con un elevado índice de oportunidades, infraestructuras y usos digitales; y esta disponibilidad y manejo intensivo de las tecnologías de la información y las comunicaciones (TIC) es inherente a un mayor consumo cultural y al disfrute de unas condiciones económicas favorables.

Con una población de 46.5 millones de habitantes (el 79 % asentada en ciudades), España tiene un PIB per cápita de 24 999 €, una tasa de población en riesgo de pobreza del 22.3 %, un porcentaje de población adulta con nivel de formación alto del 35.7 % y genera un consumo cultural medio anual de 306.7 € por habitante (INE, 2018). Estas cifras de contexto reflejan la existencia de capacidades, recursos y condiciones adecuadas para la implantación de las actividades culturales y creativas en España.

Así como el nivel educativo (haber culminado con éxito el primer o segundo ciclo de educación superior o un doctorado) es una variable que influye en los patrones de consumo cultural, por ejemplo, en la lectura o en la asistencia al cine, la educación universitaria también desempeña un papel importante en el desarrollo de las ICC, pues favorece la empleabilidad e impulsa la especialización de la fuerza de trabajo. Por ello, es ilustrativo observar los datos de estudiantes matriculados en ámbitos relacionados directamente con las ICC (arquitectura, urbanismo, música y artes del espectáculo, artes, diseño, comunicación audiovisual, biblioteconomía, documentación, idiomas, periodismo, marketing y publicidad). En España, el 12 % de los estudiantes universitarios está matriculado en un campo vinculado con la cultura, lo que equivale a 186 307 alumnos. En la enseñanza de régimen general no universitarias y de régimen especial, la proporción de estudiantes de ámbitos

ICC es superior: representan el 54 % del total de estos ciclos formativos, más de 880 000 alumnos.¹

Ante este escenario, cobra interés presentar las principales magnitudes de las industrias culturales y creativas en España para conocer su evolución y establecer en qué medida contribuyen a la generación de empleo, al dinamismo empresarial y al bienestar social.

La inversión pública en Cultura es uno de los indicadores utilizados internacionalmente para contextualizar el peso y situación de las ICC. Se trata de un valor significativo ya que puede actuar como catalizador sectorial. Las estadísticas demuestran que, a mayor inversión pública en cultura, se incrementa la aportación de las actividades culturales al PIB. La administración autonómica, los ayuntamientos y las diputaciones destinan a la cultura una cifra que representa el 0.44 % del PIB español, unos 103 euros por habitante. Si se comparan con las cifras del 2008 (0.66 % y 155 €), se constata como la recesión mundial que se inició precisamente ese año y que afectó a la economía española, ha contribuido a mermar los presupuestos culturales. La crisis también ha afectado al consumo de bienes creativos por parte de los ciudadanos. Si en 2008 el consumo cultural medio en España era de 372 euros por cápita, en 2016 esta cifra descendió hasta los 306.7€.

I. El peso de las industrias culturales y creativas en España

Para dimensionar el impacto económico y social de las ICC en España, se dispone de cuatro variables básicas en la bibliografía internacional de referencia en el sector: el empleo cultural y creativo, el número de empresas, la cuantía económica de la producción de bienes y servicios culturales (Producto Interno Bruto) y la magnitud de los valores que se agregan a estos bienes y servicios en las distintas etapas de su producción (Valor Añadido Bruto).

Un resumen de estos indicadores permite dibujar el siguiente mapa de situación para España:

1. Estadística propia desarrollada por el Grupo de Investigación LOCALCOM del OIC (LOCALCOM, 2018) a partir de datos de la Secretaría General de Estadística y Estudios del MECD. Los estudiantes matriculados en universidades públicas y privadas corresponden al grado, primer y segundo ciclo, máster y doctorado. Incluye los alumnos matriculados en el curso 2015-2016 (últimos resultados detallados disponibles al 01/05/2018). La enseñanza de régimen general no universitaria corresponde a los ciclos de grado básico, medio y superior bajo los sistemas de la LOGSE y la LOE, y se consideran igualmente los estudiantes de régimen especial. Los ámbitos de estudio se han vinculado, según los contenidos curriculares de los distintos títulos, a las subactividades ICC (LOCALCOM, 2018).

TABLA 1. INDICADORES BÁSICOS DE LAS ICC EN ESPAÑA²

584 300 Empleados	Empleo: Los sectores cultural y creativo emplean a 584 300 personas, el 3.1 % de la ocupación total de España.
114 099 Empresas	Empresas: Funcionan 114 099 empresas del ámbito cultural, es decir, hay 25 empresas del sector por cada 10 000 habitantes.
30 332 Millones de €	PIB: Las actividades culturales aportan al PIB español más de treinta mil millones de euros anuales, que representan el 2.8 % del PIB total.
28 666 Millones de €	VAB: El valor añadido bruto de las ICC es de 28 666 millones de euros, que representa el 2.9 % del VAB total de España.

Fuente: Elaboración propia con datos del MECD, INE y CSCE (2015-2017).³

Estos datos muestran que las industrias culturales y creativas representan alrededor del 3 % de la economía española, tanto en ocupación como en producto PIB. También ponen en evidencia que prevalecen en el sector las pymes: la media de ocupados por empresa es de 4.8 personas. Al desglosar las magnitudes económicas por subsectores, se observa que más de la mitad del valor añadido bruto del ámbito ICC lo generan las actividades de Libros y prensa y Audiovisual y multimedia: 54.1 %. No obstante, otros ámbitos, como el diseño y el espectáculo, generan más volumen de ocupación.

2. Los datos de empleo corresponden a la explotación de la Encuesta de Población Activa en el Ámbito Cultural del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes (MECD, 2018); año del valor: 2017. Los datos de empresas corresponden al Directorio Central de Empresas del INE (MECD, 2018); año del valor: 2016. El PIB y el VAB corresponden a la Cuenta Satélite de la Cultura en España, CSCE (MECD, 2018); año de los valores: 2015 (última actualización publicada del 27 de noviembre de 2017).

3. La Cuenta Satélite de la Cultura en España (CSCE) forma parte del Anuario de Estadísticas Culturales del MECD. En la delimitación del ámbito cultural se parte de los trabajos metodológicos desarrollados por ESSnet en Cultura para EUROSTAT (ESSnet □ CULTURE, 2012) y el Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO (Instituto de Estadística de la UNESCO, 2009). Los sectores considerados dentro del ámbito cultural son los siguientes: Patrimonio; Archivos y bibliotecas; Libros y prensa; Artes plásticas (también denominada artes visuales, actividades vinculadas a la pintura, la escultura, la fotografía, el diseño o la arquitectura); Artes escénicas; Audiovisual y multimedia. También genera estadísticas para el conjunto de actividades vinculadas a la propiedad intelectual que en gran medida es coincidente con el ámbito cultural, aunque excluye el sector de patrimonio en su conjunto y las fases de promoción, regulación y educativas, e incorpora los sectores de Informática y la Publicidad. En el presente capítulo, a fin de disponer de una clasificación que facilite la comparativa internacional, se consideran ICC los sectores incluidos dentro del ámbito cultural de la CSCE más la publicidad.

TABLA 2. CONTRIBUCIÓN DE LAS ICC AL PIB Y AL VAB POR SUBSECTORES

	PIB		VAB	
	Millones de €	%	Millones de €	%
Artes escénicas	2 215	7.3 %	2 156	7.5 %
Artes visuales y arquitectura	3 440	11.3 %	3 331	11.6 %
Audiovisual y multimedia	7 800	25.7 %	7 274	25.4 %
Interdisciplinar	1 621	5.3 %	1 558	5.4 %
Libros y prensa	8 798	29.0 %	8 216	28.7 %
Patrimonio, archivos y bibliotecas	2 251	7.4 %	2 188	7.6 %
Publicidad	4 207	13.9 %	3 943	13.8 %
TOTAL	30 332	1000 %	28 666	1000 %

Fuente: Elaboración propia con datos de la CSCE (2015).

Las estadísticas oficiales no aportan un desglose similar por subsectores ICC para las cuatro variables básicas consideradas. Mientras, las magnitudes económicas recogidas por la Cuenta Satélite de la Cultura en España están alineadas con las directrices europeas y permiten identificar claramente siete ámbitos afines, la explotación de la Encuesta de Población Activa en el Ámbito Cultural del Ministerio de Educación, Cultura y Deportes (MECD) y el Instituto Nacional de Estadística (INE) se presenta para cinco actividades económicas y el Directorio Central de Empresas del INE considera diez categorías. No obstante, mediante la agrupación de las actividades de esta última fuente es posible comparar el empleo y las empresas culturales en cinco ámbitos. Se observa de esta manera que, al margen del grupo de Otras actividades, el mayor volumen de empleo (27 %) y de empresas sectoriales (37 %) corresponde al subsector de Diseño, creación, traducción, arte y espectáculos. Luego, se ubican las Artes visuales (que incluyen también en esta clasificación la grabación, reproducción y la edición musical, así como la fabricación de soportes y aplicaciones de imagen y sonido e instrumentos musicales), que representan el 15 % y el 12 % del empleo y las empresas culturales, respectivamente. Por su parte, las actividades audiovisuales (cinematografía, vídeo, radio y televisión) generan comparativamente menos empleo y suman menos unidades empresariales, pero, como se ha visto, son las segundas en aportación al PIB y al VAB.

TABLA 3. EMPLEO Y EMPRESAS CULTURALES POR ACTIVIDAD ECONÓMICA

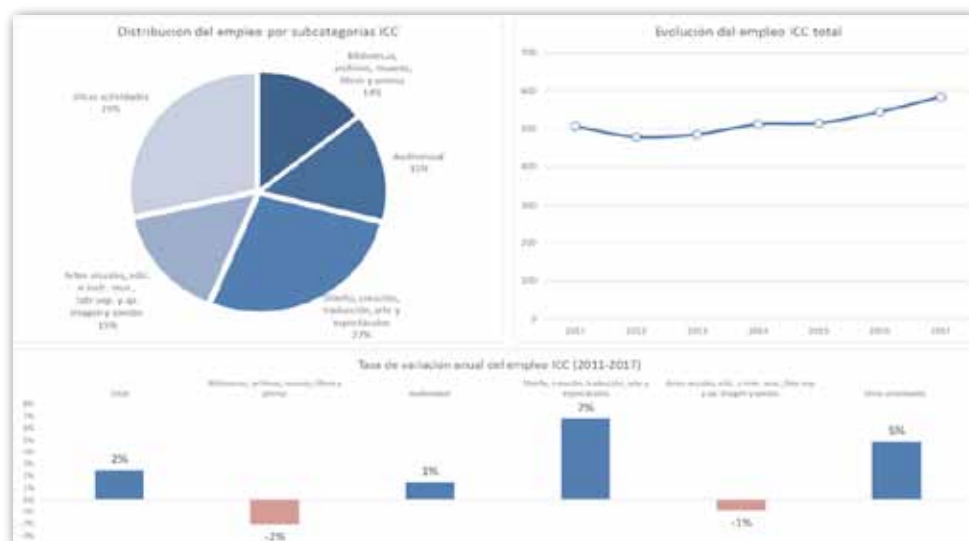
	Empleo		Empresas	
	Miles	%	Unidades	%
Artes visuales, edic. e instr. mus., fabr.sop. y ap. imagen y sonido	890	15 %	14 144	12 %
Audiovisual	85.7	15 %	8 951*	8 %
Bibliotecas, archivos, museos, libros y prensa	83.3	14 %	13 639	12 %
Diseño, creación, traducción, arte y espectáculos	159.8	27 %	41 950	37 %
Otras actividades	166.5	29 %	35 415	31 %
TOTAL	584.3	100 %	114 099	100 %

Fuente: MECD e INE (2016-2017). *Para el indicador Número de empresas de las actividades audiovisuales, el INE agrega los datos de la edición musical a los de cinematografía, vídeo, radio y televisión; mientras que en el indicador Empleo el INE considera la edición musical dentro del grupo de Artes visuales.

II. El empleo ICC en el escenario español

Los sectores cultural y creativo ocupan a 584 300 personas en España, el 3.1 % del empleo total y el 9 % del empleo del sector servicios. Durante el periodo 2011-2017, que comprende ejercicios de severa recesión económica general en el país, se registró un crecimiento en el número de personas ocupadas en ámbitos culturales: en 2017 había 77 600 empleados más que en 2011, con una tasa media de variación interanual positiva del 2 %. Esta tendencia también se dio en términos relativos: la aportación del empleo cultural a la ocupación total en España aumentó del 2.8 % al 3.1 % en seis años.

FIG. 1. EMPLEO ICC EN ESPAÑA



Fuente: Elaboración propia con datos del MECD e INE (2017).

Las cifras ponen en evidencia que, a pesar de la crisis, el empleo cultural se ha recuperado a mayor velocidad de lo que lo hace la economía en su conjunto: mientras la tasa de ocupación total promediaba una variación anual del 0.4 % entre 2011 y 2017, en el mismo periodo la ocupación cultural se incrementaba a un ritmo del 2 %. En otras palabras, el empleo ICC ha sido menos vulnerable a los efectos de la crisis que el del resto de las actividades económicas. En este periodo, las actividades que han mantenido esta tendencia son las de Diseño, creación, traducción, arte y espectáculos (+7 %), Otras (+5 %) y Audiovisual (+1 %). En contraste, para una de las actividades más potentes de las ICC en España, Libros y prensa (asociada en esta clasificación a Bibliotecas, archivos y museos), la crisis ha supuesto medias anuales de retroceso en el empleo del 2 %.

Aunque, como ya se ha afirmado, la presentación agregada en las estadísticas oficiales de los datos de empleo ICC en cinco grandes ámbitos no permite una identificación más precisa de esta variable, se observa que más de una cuarta parte de la ocupación (27 %) corresponde a las actividades de Diseño, creación, traducción, arte y espectáculos, el 15 % a las Artes visuales, el mismo porcentaje que al Audiovisual, el 14 % a la combinación de Libros y prensa con Bibliotecas, archivos y museos, y el 29 % restante se agrupa en la categoría de Otros.

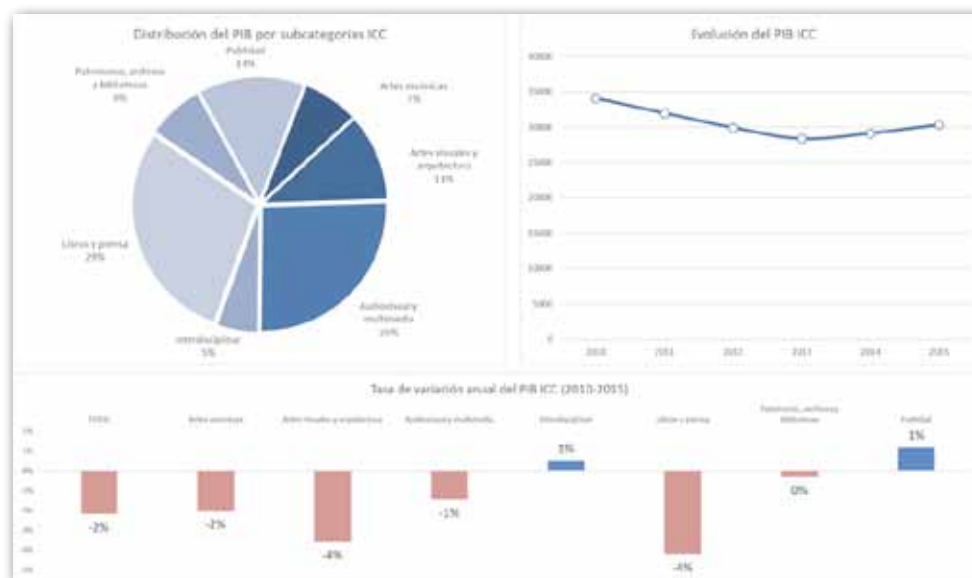
A fin de comparar la productividad del trabajo en los sectores culturales, la Unesco recomienda calcular el valor añadido bruto por empleado. En el caso de España, el resultado de esta operación muestra una productividad media de 55 662 € anuales por empleado. El subsector audiovisual, con 100 055 € euros de valor añadido por cada empleado, casi dobla la media sectorial.

III. El tejido empresarial ICC en España

En España funcionan 114 099 empresas orientadas al ámbito de los sectores cultural y creativo, lo que representa 25 empresas por cada 10 000 habitantes. Se trata de una cifra significativa, ya que corresponde al 8 % de todas las empresas españolas del sector servicios.

Diseño, creación, traducción, arte y espectáculos es el ámbito que agrupa mayor número de empresas en ICC, el 37 %, seguida de las actividades de Comercio y alquiler (20 %), Artes gráficas (12 %), Fotografía (10 %), Audiovisual (8 %), Libros y prensa (7 %), Bibliotecas, archivos y museos (5 %) y Educación cultural (1 %). Si se tienen en cuenta las magnitudes del empleo cultural, se deduce que las empresas de las ICC son mayoritariamente pymes (microempresas, pequeñas y medianas empresas): ocupan a una media de 5 personas, una más que la media en el sector Servicios (4 personas). Al considerar los subsectores culturales y creativos individualmente, se aprecian diferencias importantes en las dimensiones corporativas: por ejemplo, las empresas de audiovisual son las de mayor tamaño, puesto que ocupan como media a 9 personas; mientras que las más pequeñas son las de Diseño, creación, traducción, arte y espectáculo, con 3 empleados de media.

GRÁFICO 2. EMPRESAS ICC EN ESPAÑA



Fuente: Elaboración propia con datos del MECD e INE (2008-2016).

Como prueba de las dificultades a la que se enfrentan las pymes del sector en contextos económicos recesivos, se constata que durante los años más severos de la crisis, entre 2010 y 2014, desaparecieron en España 5 553 empresas ICC. 2014 fue el año de inflexión, ya que en los dos ejercicios posteriores se sumaron al mercado 6 177 nuevas empresas que permitieron compensar los resultados del periodo en este indicador. La tasa media de variación interanual durante este tiempo ha sido negativa para cuatro subsectores: Comercio y alquiler (-3 %), Artes gráficas (-3 %), Audiovisual (-2 %) y Libros y prensa (-1 %); mientras que otras cuatro actividades han tenido un comportamiento contrario, es decir, han sumado nuevas entidades: Bibliotecas, archivos y museos (25 %),⁴ Diseño, creación, traducción, arte y espectáculo (3 %), y Educación cultural (1 %). El balance total es, en todo caso, de estabilidad, pues las tasas medias de cierre y apertura de empresas culturales se han compensado durante los ocho años de serie histórica considerados.

Al observar las cifras absolutas, son más patentes los efectos de la crisis sobre los subsectores deficitarios: el Comercio y alquiler perdieron 5 589 empresas, el

4. Este comportamiento atípico detectado en Bibliotecas, archivos y museos está en correspondencia con los datos originales del INE usados como referencia para la subcategoría. Las estadísticas del Directorio Central de Empresas (DIRCE) del INE muestran un incremento medio para toda España del 150 % en el número de empresas de Bibliotecas, archivos y museos entre 2009 y 2010.

20 % de las que había al comienzo del periodo; en Artes gráficas desaparecen 3 887 empresas (-22 %); en Audiovisual cierran 1 362 empresas (-13 %); y Libros y prensa se deja 520 empresas (-6 %). En contraste, se han creado 9 014 nuevas empresas ICC en los ámbitos de Diseño, creación, traducción, arte y espectáculos (+27 %), 4198 en Bibliotecas, archivos y museos (+302 %, ver nota 6), 593 en Fotografía (+6 %) y 21 en Educación cultural (+1 %).

Como consecuencia del reequilibrio en el número total de empresas del ICC al final del periodo, el peso relativo de este sector dentro del tejido empresarial español también se ha mantenido: tanto en 2008 como en 2016 las empresas culturales y creativas representaban el 8 % de todas las entidades del sector servicios de España.

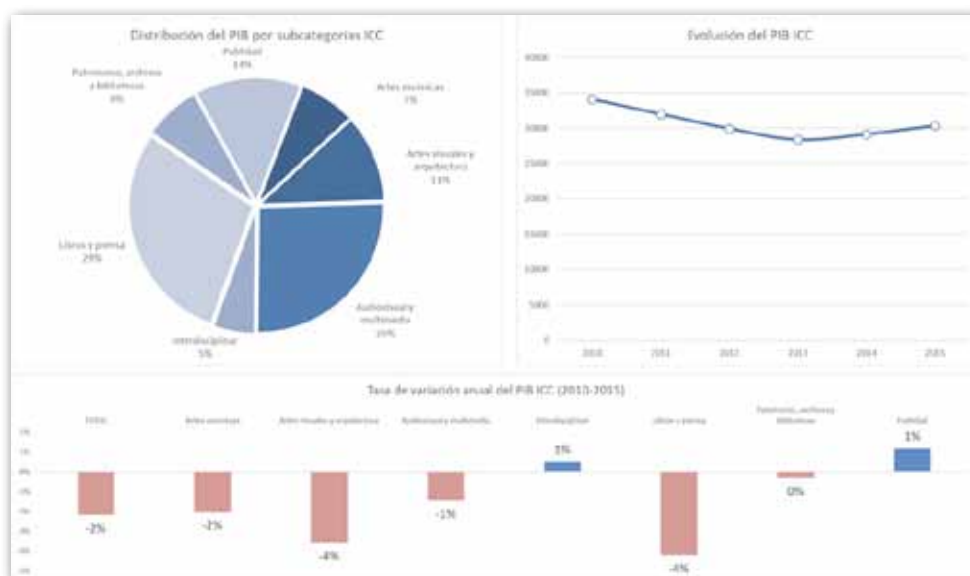
En términos relativos a la población de España, el número de empresas de las ICC por cada 10 mil habitantes ha pasado de 24 en 2008 a 25 en 2016, es decir, se trata de un sector con un peso demográfico relativamente estable en el territorio.

IV. Principales magnitudes económicas de las ICC en España

El Producto Interior Bruto, que revela los ingresos que es capaz de generar el sector de la cultura y la creatividad, es un indicador adecuado para establecer la dimensión económica de las actividades agrupadas en este ámbito y aporta a su vez información sobre el impacto de la crisis financiera que afectó a España, y a la economía mundial en su conjunto, desde 2008. En general, la recesión tuvo efectos negativos en el volumen de negocio de las ICC en toda España: entre 2010 y 2015 la tasa media de variación anual del PIB sectorial fue dos puntos porcentuales negativa. Aunque a partir de 2013 se observa una inflexión del ciclo deficitario, al final de este periodo no se había podido regresar a los niveles de rendimiento alcanzados en 2010 y el sector había perdido 3.721 millones de euros de ingresos, el 11 % de la cifra con la que partía aquel año.

Como evidencia de la crisis, y si se considera el periodo 2010-2015 (ver nota 3) se advierte que los ingresos descendieron a un ritmo mayor (-2 %) que el de la caída del empleo (-1 % de media de variación anual) y a pesar de que la masa empresarial se mantenía relativamente estable (-0.1 %). En otras palabras, las empresas culturales y creativas son capaces de soportar los efectos de la recesión y mantener niveles de empleo a pesar del descenso de sus ingresos.

En 2015 el PIB de las ICC en España fue de 30 332 millones de euros, cifra que representa el 2.8 % del PIB total español. Tres actividades culturales y creativas suman casi el 70 % del PIB de este ámbito: Libros y prensa (8 798 millones de euros), Audiovisual y multimedia (7 800 millones de euros) y Publicidad (4 207 millones de euros).

GRÁFICO 3. PRODUCTO INTERIOR BRUTO ICC EN ESPAÑA

Fuente: Elaboración propia con datos de la CSCE (2010-2015).

Desde el punto de vista económico, la edición de libros y prensa es la actividad líder de los sectores cultural y creativo en España: genera casi un tercio del volumen de ingresos total (29 %). Este dominio incorpora actividades muy arraigadas en el país, como la edición de libros, periódicos y revistas; así como otras especialidades afines, como las agencias de noticias y las empresas de traducción e interpretación. Los resultados económicos muestran cómo el subsector de Libros y prensa, sometido a un profundo proceso de transformación debido a la digitalización y los cambios en los hábitos de lectura, ha acusado los efectos de la crisis: en un lustro perdió más de dos mil millones de euros, el 20 % de sus ingresos, y promedió una tasa negativa de variación de su PIB del -4 % anual.

La segunda actividad cultural y creativa que más ingresos produce en España es la audiovisual: la industria cinematográfica, la televisión, la radio y campos crecientes como los videojuegos aportan el 26 % al negocio de las ICC. Aunque sus ingresos han retrocedido en 697 millones de euros (-8 %), lo han hecho a menor velocidad de la caída sectorial: -1 % de variación anual del PIB contra el -2 %.

La publicidad es el tercer gran ámbito de la creatividad española en Producto Interior Bruto (14 %). El subsector publicitario constituye el único, entre los tres que lideran las ICC de España, que ha tenido tasas positivas de crecimiento anual del PIB en el periodo 2010-2015: +1 % y casi 200 millones de euros más de ingresos.

El cuarto subsector ICC español en PIB es el que integra las Artes visuales y la arquitectura: representan el 11 % del total. Incluye actividades vinculadas a la

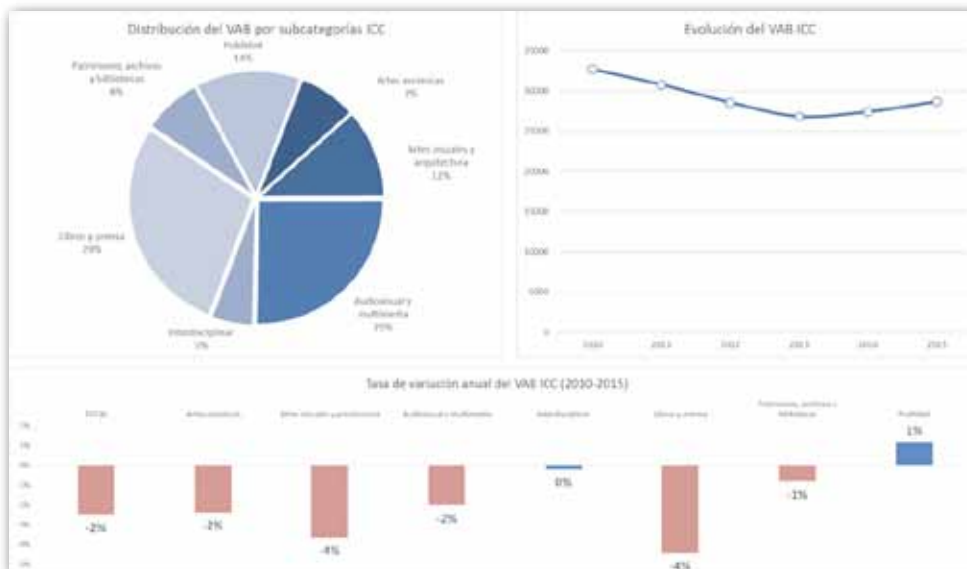
pintura, la escultura, la fotografía, el diseño o la arquitectura. Este último ámbito, que puede tener un peso muy significativo en el subsector dada la importancia de la industria inmobiliaria en España, ha sufrido los efectos de la recesión y ha llevado a una disminución del PIB de 791 millones de euros, un 19 % menos que al inicio del periodo y a una media anual de variación negativa del -4 %.

El resto del PIB sectorial se reparte entre las actividades de Bibliotecas, archivos y patrimonio, que representan el 8 % del total; las Artes escénicas, que incluyen espectáculos culturales en directo como teatro, ópera, zarzuela, danza o conciertos, aportan el 7 % al PIB; mientras que el restante 5 % corresponde a la categoría de Interdisciplinar, que abarca actividades vinculadas a varios de los ámbitos ICC que no puedan ser desglosadas al no disponerse de información estadística suficiente.

A fin de medir el impacto económico de las ICC, también es adecuado observar el valor añadido bruto. Se trata de una magnitud económica que mide la renta propia generada por el conjunto de productores de un área económica, los sectores cultural y creativo en el presente capítulo, por lo que representa los valores que se agregan a los bienes y servicios en las distintas etapas del proceso productivo.

El valor añadido bruto de las ICC en España asciende a 28 666 millones de euros, que representan el 2.9 % del total nacional. La mayor contribución corresponde al subsector de Libros y prensa (29 %), seguido de Audiovisual y multimedia (25 %) y Publicidad (14 %). Estos tres subsectores juntos suman el 68 % del VAB sectorial y cerca del 2 % del VAB total de la economía española.

GRÁFICO 4. VALOR AÑADIDO BRUTO ICC EN ESPAÑA



Fuente: Elaboración propia con datos de la CSCE (2010-2015).

La suma de las aportaciones al valor añadido bruto sectorial del resto de las actividades culturales y creativas representa un tercio del total: Artes visuales y arquitectura, 12 %; Bibliotecas, museos y patrimonio, 8 %; Artes escénicas, 7 %; y la categoría Interdisciplinar, 5 %.

Este indicador también muestra el progresivo descenso de la aportación económica de las ICC durante la crisis y el cambio de tendencia a partir de 2013 cuando el sector recupera el crecimiento. El balance del periodo, no obstante, es negativo pues en 2015 se habían perdido más de 4 mil millones de euros. De nuevo, la Publicidad destaca por su capacidad para generar más valor en tiempos de recesión, mientras que Libros y prensa junto a las Artes visuales y arquitectura aparecen como las actividades más afectadas, con cifras medias de variación interanuales negativas del -4 %. La pérdida de ingresos en la subcategoría Libros y prensa tiene un impacto especial en la economía sectorial, pues se trata de la actividad que más valor añade a las ICC en términos absolutos: dos de cada siete euros.

V. Los subsectores de las industrias culturales y creativas

Las Artes escénicas sustentan su peso en España en una densa plataforma de espacios teatrales y salas de concierto que incluso se ha incrementado durante el periodo de crisis económica. Los 2 171 teatros y auditorios que funcionan en España (124 más que al comienzo de la crisis) permiten que se alcance una densidad de 4.7 espacios de este tipo por cada 100 000 habitantes. El país cuenta además con casi diez mil entidades estables dedicadas a las artes escénicas: compañías de teatro (3 743), de danza (1 001) y formaciones musicales (4 853, entre agrupaciones de cámara, líricas, bandas, coros, orquestas de cámara y orquestas sinfónicas). Y la asistencia total anual a representaciones de teatro, música clásica, música popular, género lírico, danza, macroconciertos y grandes festivales de música popular suma unos 42 millones de espectadores con una recaudación cercana a los 500 millones de euros. Como evidencia de la importancia social de las Artes escénicas, los estudiantes de estas especialidades (música, teatro, danza y artes del espectáculo) representan en España el 34.3 % del total de estudiantes matriculados en ámbitos afines a los sectores culturales y creativos y casi el 12 % del total de estudiantes universitarios, de régimen general no universitarias y de régimen especial del país (ver nota 2).

Las Artes visuales, que incluyen las actividades de diseño especializado, de fotografía y de creación artística y literaria, pero también a la arquitectura en la clasificación propuesta por la CSCE, tienen un moderado peso económico en las ICC españolas, ya que aportan, como se ha visto, el 11 % del PIB sectorial. Los estudios de artes visuales incluyen las titulaciones universitarias de artes, bellas artes, diseño, arquitectura y urbanismo; y las titulaciones de formación profesional en madera y mueble; textil, confección y piel; vidrio y cerámica; artes y artesanías; y joyería. En España, los estudiantes en estos ámbitos ascienden a 101 742 (un

tercio matriculado en estudios universitarios de arquitectura), que representan el 9.5 % del total de estudiantes ICC.

Audiovisual y multimedia, es la segunda categoría que mayor valor añadido bruto genera en el escenario español de las ICC (25 % del total) y las más de nueve mil empresas de este ámbito ocupan al 15 % del empleo cultural total. Uno de los motores de este subsector es la televisión, que se nutre a su vez de la inversión publicitaria. Ésta se situó en 2017 en alrededor de 2 140 millones de euros que se reparten las dos grandes corporaciones privadas de televisión del país, Mediaset y Atresmedia, al conseguir el 85.2 % de toda la inversión publicitaria que se emite en televisión. El consumo de televisión en España, que hace posible el poder económico de la actividad, es de 240 minutos por persona y día. La fortaleza del sector audiovisual español también se sustenta en la industria cinematográfica y en la del videojuego. España dispone de 354 productoras de cine, que entre 2008 y 2016 participaron en la producción de una media anual de 211 largometrajes; hay 3 554 salas de exhibición con una densidad de 7.7 por cada cien mil habitantes; la asistencia anual (2016) es de 101 millones de personas y la recaudación de 602 millones de euros; y el 18.5 % corresponde a espectadores de películas españolas frente al 68.1 % que ve cine de Estados Unidos. Además, funcionan 450 empresas de videojuegos, la gran mayoría ha surgido en los últimos diez años, que forman un tejido compuesto principalmente por microempresas, pocas pequeñas empresas y muy escasas de tamaño mediano o grande. El 47 % de los estudios españoles de videojuego emplea a menos de 5 empleados. La actividad audiovisual se beneficia particularmente de las políticas públicas de incentivos, que han registrado tendencias al alza tanto en los ámbitos estatal como autonómico: se ha pasado desde los 61.42 millones de euros de 2015 hasta los 87.71 millones de euros de 2016, lo que representa un aumento del 42.8 %. Finalmente, los estudiantes de especialidades relacionadas con el audiovisual y el multimedia en España, 48 803, representan el 4.6 % del total de estudiantes matriculados en ámbitos afines a los sectores culturales y creativos.

Entre los principales datos que permiten dimensionar el subsector de Bibliotecas, museos y patrimonio, destaca la red de bibliotecas abiertas en España, que totalizan en 2016 las 6636, es decir, 14.3 por cada cien mil habitantes; estas cuentan con 22 millones de usuarios inscritos y reciben a cerca de 200 visitantes al año. En cuanto a los museos, están censados en España 1521, 3.3 por cada cien mil habitantes, que reciben anualmente a 60 millones de personas, con una media de 40 452 visitantes por museo. Y en patrimonio, España reúne 17 450 bienes inmuebles de Interés Cultural (monumentos, jardines, conjuntos y sitios históricos y zonas arqueológicas) inscritos como tales por el Ministerio de Educación, Cultura y Deportes, y 46 lugares declarados Patrimonio de la Humanidad por la Unesco, 40 de los cuales son bienes culturales. Los 2 965 estudiantes afines a actividades de bibliotecas, museos y patrimonio en el curso 2015-2016 representaban en España el 0.3 % del total de estudiantes matriculados en ámbitos culturales y creativos.

Por otra parte, las actividades de Libros y prensa, que constituyen las que más recursos aportan al PIB sectorial (29 %) han registrado pérdidas continuas de sus

ingresos en parte como consecuencia de un cambio en los hábitos de los lectores: las estadísticas muestran como entre 2006 y 2016 se han reducido tanto el gasto total anual en libros y prensa (-21.1 %), como el gasto medio por hogar en estos sectores (-30.8 %) y el gasto por personas (-24.4 %). En España cada hogar gasta 230 euros al año en libros y prensa y cada persona 92 euros. La industria del libro en España comprende un total de 3 027 editoriales con actividad que acreditan una cifra anual de libros editados inscritos en ISBN de 86 000 en 2016, con una producción media de 28 títulos. Existen en el país 3 967 librerías con una densidad de 8.5 por cada cien mil habitantes. Por su parte, los estudiantes de especialidades relacionadas con el subsector de Libros y prensa (que incluye las actividades de traducción e interpretación), ascendían a 522 890 en el curso 2015-2016 y representaban casi la mitad (48.8 %) del total de estudiantes matriculados en ámbitos afines a los sectores culturales y creativos de España.⁵

Por último, las actividades relacionadas con la Publicidad destacan, pues, constituyen el motor de importantes sectores económicos, entre otros, el de las ICC. Como evidencia del peso de esta actividad en España, el volumen de inversión publicitaria ascendió en 2017 a los 12 287.5 millones de euros, lo que representa un crecimiento del 1.8 % sobre el año anterior. De este total, 5 355.9 millones se invierte en los medios convencionales: televisión (40 %), Internet (28.9 %), diarios (10.9 %), radio (8.7 %), exterior (6.1 %), revistas (4.5 %), dominicales (0.6 %) y cine (0.6 %). En los medios no convencionales, que aportan 6 931.6 millones de euros a la inversión publicitaria, destacan, entre otros, el *mailing* personalizado (30.5 %), *merchandising*, señalizaciones y rótulos (23.6 %) y el marketing telefónico (20.6 %). Finalmente, los estudiantes de publicidad y marketing en España, 27 570 en el curso 2015-2016, constituyen el 2.6 % del total de estudiantes matriculados en ámbitos afines a los sectores culturales y creativos en el país.

VI. Conclusiones

Las industrias culturales y creativas tienen la capacidad de transformarse en factores destacados del desarrollo económico debido a su impacto flexible, tanto en la producción de riqueza como en el bienestar social. Se trata de ámbitos que actúan sobre la cohesión, la integración, la construcción de nuevos valores, la emergencia del talento, la excelencia, la diversidad y la innovación. En el plano económico, tal como se ha expuesto, las cuatro variables básicas de estudio (empleo, número de empresas, PIB y VAB) tienen una correlación positiva con el producto interior bruto per cápita, en tanto dimensión que contribuye al bienestar social. Además, desde el punto de vista formativo, las ICC están en capacidad de aportar valiosos

5. Cabe destacar que 454 642 del total corresponden a estudiantes matriculados en Idiomas dentro del régimen especial de enseñanza no universitaria.

recursos capaces de impulsar la especialización de la fuerza de trabajo sectorial. De la dinámica integradora de las industrias culturales y creativas y de su disposición para incorporar el talento, la innovación, la diversidad y la excelencia inherentes a la formación de nuevos recursos en estos ámbitos, dependerá la consolidación y futuro desarrollo del sector.

En síntesis, las ICC en España están en disposición de ocupar un lugar más relevante en la economía y el bienestar social del país, pues, una vez superada la tendencia recesiva que registraron en su conjunto las actividades culturales y creativas durante la crisis económica (2008-2014), estos sectores tienen margen para contribuir con mayor intensidad comparativa al desarrollo del empleo y el tejido empresarial, lo que permitiría hacerlos más competitivos a escala nacional e internacional.

VII. Referencias bibliográficas

- BARLOVENTO. (2018). *Análisis televisivo 2017*. Madrid: Barlovento Comunicación.
- CEGAL. (2017). *Mapa de las librerías en España 2016*. Zaragoza: Confederación Española de Gremios y Asociaciones de Libreros.
- DEV. (2017). *Libro Blanco del desarrollo español de videojuegos*. Madrid: Asociación española de empresas productoras y desarrolladoras de videojuegos y software de entretenimiento.
- ESSnet CULTURE. (2012). *European Statistical System Network on Culture FINAL REPORT*. Luxembourg: ESSnet CULTURE/ Eurostat.
- EUROSTAT. (2016). *Cultural Statistics*. Luxemburgo: Publications Office of the European Union.
- FAPAE. (2017). *Memoria Anual 2016*. Madrid: Confederación FAPAE.
- INE. (30 de abril de 2018). *Encuesta de presupuestos familiares. Base 2006*. Obtenido de <http://www.ine.es>
- INE. (03 de mayo de 2018). *Estadística Estructural de Empresas: Sector Servicios*. Obtenido de <http://www.ine.es>
- INE. (03 de mayo de 2018). *Instituto Nacional de Estadística*. Obtenido de <http://www.ine.es>
- Infoadex. (2018). *Estudio Infoadex de la inversión publicitaria en España*. Madrid: Infoadex.
- Instituto de Estadística de la UNESCO. (2009). *Marco de Estadísticas Culturales (MEC) de la UNESCO*. París: UNESCO.
- LOCALCOM. (03 de mayo de 2018). *Observatorio Iberoamericano de la Comunicación*. Obtenido de <http://centresderecerca.uab.cat/oic/>
- MECD. (03 de mayo de 2018). *Cultura Base*. Obtenido de <http://www.mcu.es/culturabase/>
- MECD. (03 de mayo de 2018). *Ministerio de Educación, Cultura y Deporte*. Obtenido de <http://www.mecd.gob.es/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/portada.html>
- MURCIANO, M., & GONZÁLEZ SAAVEDRA, C. (2018). "Las industrias culturales y creativas en las comunidades autónomas españolas: El caso Cataluña". *Revista Latina de Comunicación Social*, 146-167.
- UNESCO. (2012). *Measuring the economic contribution of cultural industries*. Montreal: UNESCO.