



CULTURA Y TURISMO EN CIUDADES MEDIAS
Diálogos para un escenario postcovid
CULTURE AND TOURISM IN MEDIUM-SIZED
CITIES. Dialogues for a post-covid scenario

Diego Barrado-Timón
Antonio Palacios-García
Carmen Vázquez-Varela
Carmen Higo-Giralt
Antonia Sáez Cala
(Coords.)



Ediciones de la Universidad
de Castilla-La Mancha

**Cultura y turismo en ciudades medias.
Diálogos para un escenario postcovid**

**Culture and Tourism in Medium-Sized Cities.
Dialogues for a post-COVID scenario.**

**Cultura y turismo en ciudades medias.
Diálogos para un escenario postcovid**

**Culture and Tourism in Medium-Sized Cities.
Dialogues for a post-COVID scenario.**

Coordinadores:

Diego Barrado-Timón, Antonio Palacios-García, Carmen Vázquez-Varela,
Carmen Hidalgo-Giralt, Antonia Sáez-Cala (coord.).



Ediciones de la Universidad
de Castilla-La Mancha

Cuenca, 2022

© de los textos e ilustraciones: sus autores
© de la edición: Universidad de Castilla-La Mancha

Edita: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.

Colección JORNADAS Y CONGRESOS n.º 37

Colabora: Patronato Universitario Cardenal Gil de Albornoz



UNIÓN DE
EDITORIALES
UNIVERSITARIAS
ESPAÑOLAS

Esta editorial es miembro de la UNE, lo que garantiza la difusión y comercialización de sus publicaciones a nivel nacional e internacional

ISSN: **2697-049X**

I.S.B.N.: 978-84-9044-509-9

ISNI: 0000000506819532

D.O.I.: https://doi.org/10.18239/jornadas_2022.37.00

Composición: Compobell, S.L.

Hecho en España (U.E.) – *Made in Spain (E.U.)*

Este libro es el resultado de unas Jornadas de Transferencia y Debate de los resultados del proyecto de investigación nacional CyTEs. Cultura y territorio en España. Procesos e impactos en las ciudades pequeñas y medias (Referencia: CSO2017-83603-C2-2-R.). Financiado con cargo a la Convocatoria 2017 Proyectos de I+D+i, del Programa Estatal de Investigación, Desarrollo e Innovación Orientada a los Restos de la Sociedad. Ministerio de Economía, Industria y Competitividad.



Esta obra se encuentra bajo una licencia internacional Creative Commons CC BY 4.0.

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra no incluida en la licencia Creative Commons CC BY 4.0 solo puede ser realizada con la autorización expresa de los titulares, salvo excepción prevista por la ley. Puede Vd. acceder al texto completo de la licencia en este enlace: <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.es>

Índice

Presentación	11
Ciudad, cultura y políticas públicas en ciudades medias	15
<i>Juana Escudero Méndez</i>	
Economía de la cultura: una lectura desde las ciudades medias	21
<i>Pau Rausell Köster</i>	
Economía de la cultura y ciudad: los aspectos socioespaciales en el desarrollo de clústeres culturales y en el funcionamiento de las organizaciones	41
<i>Diego Barrado Timón</i>	
Cultura y desarrollo urbano. El reto de la información	49
<i>Ana Isabel Escalona-Orcao, Belén Sánchez-Valverde García, M^a Cruz Navarro-Pérez, Mariola Pinillos-García, Luis Antonio Sáez Pérez</i>	
Mesa redonda. Empresas culturales, gestión cultural y ciudades medias	69
<i>Antonio Flores Martínez, Marco Antonio de la Ossa, Jaime García Recuenco, José Javier Patiño Martínez, Santiago David Domínguez-Solera, Modera: Jesús Carrascosa Sariñana</i>	
Turismo y cultura en ciudades medias históricas: del peligro del <i>overtourism</i> a la gestión del <i>undertourism</i>	73
<i>Libertad Troitiño Torralba</i>	
La intensidad turística en las ciudades españolas medias y pequeñas. Presentación de resultados	81
<i>Carmen Hidalgo Giral, Antonio Palacios García</i>	
Los festivales de música en ciudades medias y pequeñas: entre la identidad, el desarrollo y la festivalización	89
<i>Carmen Vázquez Varela</i>	

Mesa redonda. Empresarios turísticos y gestores de atractivos turísticos (patrimonio, museos, etc.) debatiendo sobre recuperación y sostenibilidad	115
<i>Diego López, Santiago Langreo Valverde, Guillermo de León Virtudes, Modera: Antonio Palacios García</i>	
Documentos de investigación originados por el proyecto. Publicados y/o accesibles en web	119
Publicaciones asociadas al proyecto. Publicados y/o accesibles en web	123
Webs del proyecto de investigación	125

Index

Presentation.....	11
City, culture, and public policies in medium-sized cities <i>Juana Escudero Méndez</i>	15
The economy of culture: a reading from the medium-sized cities <i>Pau Rausell Köster</i>	21
The economy of culture and the city: socio-spatial aspects in the development of cultural clusters and in the functioning of organizations <i>Diego Barrado Timón</i>	41
Culture and urban development. The information challenge <i>Ana Isabel Escalona-Orcao, Belén Sánchez-Valverde García, M^a Cruz Navarro- Pérez, Mariola Pinillos-García, Luis Antonio Sáez Pérez</i>	49
Roundtable: cultural companies, cultural management, and medium-sized cities <i>Antonio Flores Martínez, Marco Antonio de la Ossa, Jaime García Recuenco, José Javier Patiño Martínez, Santiago David Domínguez-Solera, Modera: Jesús Carrascosa Sariñana</i>	69
Tourism and culture in historic medium-sized cities: from the danger of over- tourism to the management of undertourism <i>Libertad Troitiño Torralba</i>	73
Tourist intensity in medium and small Spanish cities. Presentation of results.... <i>Carmen Hidalgo Giral, Antonio Palacios García</i>	81
Music festivals in medium-sized and small cities: between identity, develop- ment, and festivalization..... <i>Carmen Vázquez Varela</i>	89

Índice

Roundtable: tourism entrepreneurs and managers of tourist attractions (heritage, museums, etc.) discuss recovery and sustainability..... <i>Diego López, Santiago Langreo Valverde, Guillermo de León Virtudes, Modera: Antonio Palacios García</i>	115
Research documents originated by the project. Published and/or accessible on the web	119
Publications associated with the project. Published and/or accessible on the web	123
Research project websites	125

Presentación

Quiero empezar esta breve presentación mostrando mi agradecimiento a todos los presentes en el congreso que ha dado origen a este documento, tanto a los que estuvieron en la sala como a los que nos acompañaron en streaming. Este agradecimiento ha de ser mayor en una situación de pandemia como la que vivimos, tema que nos pareció oportuno incorporar a la reflexión que allí realizamos.

Cuando hace casi cinco años empezábamos a planificar el proyecto de investigación del cual este documento y las jornadas de las que procede son una especie de cierre, no podíamos imaginar que un virus nos iba a trastocar no solo la programación, los trabajos a realizar y los temas a tratar, sino que incluso iba a poner en peligro la propia supervivencia de las actividades culturales y de la economía de la cultura en la que estábamos interesados. Por lo tanto, haber podido reunirnos a hablar de cultura y turismo, de economía cultural en ciudades medias, en una situación de relativa normalidad, fue, cuanto menos, un alivio.

Tal y como ya he dicho, estas jornadas son el punto final, a falta de salir aún resultados en forma de publicaciones, de un proyecto de investigación que empezamos a pergeñar hace bastante tiempo, y que finalmente nos concedieron y empezamos a realizar en 2018. El título es ‘Cultura y territorio en España. Procesos e impactos en las ciudades pequeñas y medias’, y en él, a muy grandes rasgos, pretendíamos investigar el papel que determinados sectores productivos, que tradicionalmente se califican de culturales, representaban en las economías de ciudades que no forman parte de la línea de avance

Presentation

I'd like to begin this brief presentation by offering gratitude to all who were present at the congress that gave rise to this document, whether they were in the room or participated remotely via Internet. The pandemic situation (which we continue to experience) was of course an essential factor in the reflections undertaken on that occasion.

When nearly five years ago we commenced planning the research project to which this document pertains and represents a kind of closure, we could not have imagined that a virus would disrupt not only the programming and the work to be carried out, as well as the very issues to be discussed, but that the virus would endanger the very survival of the cultural activities and economy in which we are interested. Therefore, our ultimate ability to meet under conditions of relative normality to talk about culture and tourism and the cultural economy in medium-sized cities was a genuine relief, to say the least.

This conference represents the final stage of a research project designed long ago, for which we were granted the funds to begin in earnest in 2018. Broadly speaking, in this project entitled ‘Culture and Territory in Spain: Processes and impacts in small and medium cities’ we have sought to investigate the role that certain productive sectors traditionally classified as ‘cultural’ have played in the economies of cities that do not often figure in analyses of globalization. Although the urban cultural economy does indeed carry certain weight in the research in social sciences, the vast majority

de los procesos de globalización. En efecto, si bien la economía cultural urbana es un tema de cierto peso en las ciencias sociales, la inmensa mayoría de los estudios ponen el foco en grandes centros metropolitanos globales, y a partir de ellos se han construido las principales teorías.

Por el contrario, ciudades como las que nosotros tratamos, con un riquísimo patrimonio y una enorme tradición cultural, raramente eran vistas como ecosistemas propicios para el desarrollo de economías culturales potentes. Es decir, pocas investigaciones se planteaban que ciudades con una gran tradición cultural y creativa podían, a su vez, convertir esa creatividad cultural en potencial económico y de desarrollo.

Desgraciadamente, la epidemia de COVID frustró en gran medida nuestros planes, ya que nos impidió desarrollar el trabajo de campo que hubiese sido necesario para completar nuestros objetivos. Lo que sí pudimos hacer han sido aproximaciones globales a la economía de la cultura en el conjunto de las ciudades medias y pequeñas españolas, valorar el impacto que puede tener el COVID tanto en la cultura como en el turismo cultural, y compararlo con otras crisis anteriores e intentar avanzar en cómo podría ser la salida de la situación que ahora vivimos. También hemos desarrollado lo que creo que puede ser un instrumento potente para el diagnóstico y la prognosis, como es el MONITOR, y que se presenta en esta publicación.

Pero si una cosa teníamos clara era que, en caso de que fuese mínimamente posible, queríamos reunirnos con otros colegas y, sobre todo, con aquellas personas que están trabajando día a día en la economía de la cultura como empresarios o como gestores. La universidad española ha empezado en los últimos años a hacer un esfuerzo por la transferencia del conocimiento, algo en lo que desgraciadamente estábamos poco avanzados. Sentarnos a hablar con otros colegas y con gente que trabaja en aquellos sectores en los que nosotros investigamos nos parecía un esfuerzo que merecía la pena llevar a cabo.

of studies focus on large global metropolitan centers, upon which the main theories in this area have been constructed.

Smaller cities like those with which we are dealing can likewise enjoy rich heritage and enormous cultural tradition, and yet these have rarely been seen as ecosystems conducive to the development of powerful cultural economies. In other words, relatively few studies have taken the view that smaller cities with great cultural and creative traditions might convert that cultural creativity into economic potential and development.

Unfortunately, the COVID epidemic has largely frustrated our plans, preventing the development of field work necessary to complete our objectives. On the other hand, during this period we have been able to entertain global approaches to the economy of culture in medium and small Spanish cities, assessing the impact that COVID may be having on culture and on cultural tourism and comparing the pandemic with prior crises, to advance possible strategies for a way out of the current situation. We have also developed what I believe could be a powerful instrument for diagnosis and prognosis: the MONITOR, presented in this publication.

Still, we continue to seek out opportunities to meet with colleagues and with persons working every day in the economy of culture as entrepreneurs or managers. Across recent years, Spanish universities have been making new and overdue efforts to transfer knowledge, but sitting down to talk with colleagues and with people actually working in the sectors of interest remains a goal.

I won't individually thank each of those who agreed to directly participate in the sessions that have helped give rise to this document. Such thanks have been communicated in private and whenever introductions are made. But it should be made clear that without them, the aforementioned sessions would have made little sense.

No voy a agradecer uno a uno a las personas que aceptaron participar directamente en las jornadas que han dado origen a este documento. Ya lo habíamos hecho en privado, y por supuesto lo volvimos a hacer una vez que les fuimos presentando. Lo que es evidente es que sin ellos las citadas jornadas no hubiesen tenido ningún sentido.

Sí quiero, por el contrario, agradecer profundamente, en mi nombre y en el de mis colegas, a todas las instituciones que nos prestaron su apoyo. El ayuntamiento y la diputación provincial de Cuenca, que además contaron con representantes muy destacados en una de las mesas, la Fundación Antonio Pérez y el Patronato Universitario Gil de Albornoz.

Eso, en cuanto a las instituciones de la ciudad. Obviamente también participa el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad que financió el proyecto de investigación, y diferentes departamentos de las cuatro universidades directamente implicadas en el mismo: la Autónoma de Madrid, la de Zaragoza, la de la Rioja y, por supuesto, la de Castilla La Mancha, una de las razones importantes por las que elegimos Cuenca como sede. Muchas gracias a todas ellas.

Diego A. Barrado Timón

On the other hand, I do want to take a moment to express deep gratitude, from myself as well my colleagues, to all those institutions that have given us support: the municipal and provincial councils of Cuenca, which sent prominent representatives to the congress, as well as the Antonio Pérez Foundation and the Gil de Albornoz University Board.

Beyond the city level, we also owe many thanks to Spain's Ministry of Economy, Industry and Competitiveness, which financed the research project, and to the various departments of the four universities directly involved: the Autonomous University of Madrid and the Universities of Zaragoza, La Rioja, and of course Castilla-La Mancha – an important factor in our having chosen Cuenca as the seat of the congress that is at the origin of the document.

Diego A. Barrado Timón

Ciudad, cultura y políticas públicas en ciudades medias

Juana Escudero Méndez

Subdirectora de Educación, Cultura y Patrimonio, Deportes y Ocio. Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP)

City, culture, and public policies in medium-sized cities

Juana Escudero Méndez

Subdirector of Education, Culture and Heritage, Sports, and Leisure, Federación Española de Municipios y Provincias (FEMP)

1. PRESENTACIÓN

Este trabajo plantea una visión general de la cultura y las políticas públicas en las ciudades medias desde la perspectiva de la FEMP.

Para comenzar, de los 8.131 municipios existentes en España, casi el 85% tiene menos de 5.000 habitantes. Las ciudades de entre 50.000 y 100.000 habitantes son apenas 81. Por encima de este umbral de población son aún muchas menos.

La pandemia nos ha mostrado lo vulnerable que es nuestro sistema económico y productivo. Tal vez nuestro mayor activo, nuestra mayor potencia sean nuestras culturas y nuestro patrimonio.

La cultura es siempre local. Los gobiernos locales despliegan la mayor inversión en cultura. Han sido los únicos en mantener el gasto público en cultura aun en los años más severos de la crisis que precedió a esta pandemia. Su aportación al gasto público es superior a la suma de lo que destinan a la cultura el Gobierno Central y todas las administraciones autonómicas juntos.

Este compromiso, aun tratándose de una competencia concurrente de todas las administraciones revela un fenómeno, un hecho incontrovertible.

1. PRESENTATION

This work presents an overview of culture and public policies in medium-sized cities from the perspective of the Spanish Federation of Municipalities and Provinces (FEMP).

To begin with, of the 8,131 municipalities in Spain, nearly 85% have fewer than 5,000 inhabitants. Only 81 Spanish cities have between 50,000 and 100,000 inhabitants, and even fewer range beyond this population threshold.

The pandemic has revealed much about the vulnerabilities of our economic and productive systems. At the same time, perhaps our greatest asset and power lies in our cultures and our heritage.

Culture is always local. Local governments deploy the largest investments in culture, and they alone maintained public spending on cultural projects during the most severe years of the financial crisis preceding the pandemic. Their contributions to public spending on culture are greater than the support from the central government and all of the autonomous community (regional) administrations put together.

This commitment to culture by local governments is essential, even where other levels of administration are in theory co-responsible.



En el ámbito de la cultura, las políticas públicas han de formularse en clave de atención y satisfacción de los derechos culturales de la ciudadanía como derechos humanos fundamentales. La Declaración de Friburgo ofrece un catálogo de derechos que puede servir como propuesta. A esos derechos, ha de añadirse el derecho a la ciudad.

Las políticas públicas en materia de cultura deben atender, en primer término, los derechos culturales de toda la ciudadanía y son, al mismo tiempo, herramienta para promover del desarrollo económico, urbano, territorial y social. Son las políticas públicas las que han de instrumentarse como medios para esos desarrollos clave de cualquier ciudad, no la cultura. Es siempre un error instrumentalizar la cultura al servicio de otras políticas o proyectos de gobierno: ha de atenderse la dimensión cultural de toda acción que se pretenda llevar a cabo o esta no tendrá éxito ni cumplirá su propósito, pues todo cambio social, económico, territorial o de cualquier otra índole ha de estar precedido o acompañado por un necesario cambio cultural. Si se ignora este, no habrá transformación posible, ni legítima, ni duradera.

Public policies around culture must be formulated that can address and ensure the cultural rights of citizens as Fundamental Human Rights. To this end, the Freiburg Declaration offers a catalogue of rights that can serve as a proposal, and to these must be added the Right to the City.

Even as they address the cultural rights of all citizens, public policies around culture are tools with which to promote economic, urban, territorial, and social development. Public policies need to be implemented as means for all these key developments within any city. Culture alone cannot serve such ends, and the instrumentalization of culture in the service of other government policies or projects is always a mistake. Nevertheless, the cultural dimension of any proposed policy action needs to be addressed, or else that policy will not be successful or fulfill its purpose; all social, economic, territorial, and other changes must be preceded or accompanied by cultural change, and if this aspect is ignored, transformation will not be legitimate or lasting, or even possible.

2. DIAGNÓSTICO Y PROYECTO DE CIUDAD

Diseñar y llevar a cabo una política significa tomar decisiones. Ninguna puede tomarse sin un riguroso y profundo conocimiento del entorno en el que dicha política quiera desarrollarse.

La aparente colisión entre las políticas culturales y las políticas de desarrollo turístico parece estar en el modo en que se plantean y llevan a cabo unas y otras: no es necesaria. Sucede cuando los haberes y recursos culturales y patrimoniales se utilizan sin otro fin que el de atraer turismo, sin otras consideraciones de mucho mayor interés para la comunidad, incluido su desarrollo económico.

Caben políticas –culturales y turísticas– que se potencien, por medio, necesariamente, de la participación de la ciudadanía. También la apreciación y la valoración por parte del otro, del turista, de la cultura y el patrimonio propios es fuente de autoestima y puede impulsar el conocimiento y la valoración de lo propio.

Ya en términos económico, sabemos que las industrias culturales locales, la concentración de actividades culturales y creativas en un territorio cambian la lógica y el funcionamiento de sus dinámicas económicas de una forma más profunda y compleja de lo que habíamos supuesto hasta ahora, debido a que generaliza una propensión a la innovación e incrementa la productividad de todos sus sectores económicos.

Si la Guía para la evaluación de las políticas culturales locales, publicada por la FEMP en colaboración con el Ministerio de Cultura en 2009 se centraba en estos ejes:

- Cultura como factor de desarrollo económico, social y territorial;
- Transversalidad de la cultura;
- Acceso a la cultura;
- Cultura y participación ciudadana;
- El papel de la memoria y la innovación en la construcción de la identidad local.

2. DIAGNOSIS AND THE CITY PROJECT

Designing and carrying out a given policy will entail decision-making. And yet decisions cannot be taken without a rigorous and deep knowledge of the environment in which that policy is meant to develop.

The perceived collision between cultural policies and policies toward development of tourism appears to frustrate the planning and implementation of both, but this is not inevitable. Tensions arise when the assets and resources of cultural heritage are used merely to attract tourism, without considerations which may be of much greater interest to the immediate community, including its own economic development.

There do exist policies – both cultural and touristic – that are promoted through the participation of citizens. An appreciation of local culture on the part of the tourist can be a source of self-esteem for the local citizen and can promote knowledge and appreciation of one's own surroundings.

In economic terms, local cultural industries (and the concentration of cultural and creative activities within a territory) have been found to change the logic and operation of local economic dynamics in more profound and complex ways than was previously supposed, because the local propensity for innovation is heightened, increasing the productivity of all economic sectors.

The Guide for the evaluation of local cultural policies, published in 2009 by FEMP in collaboration with the Ministry of Culture, focused on the following axes:

- Culture as a factor in economic, social, and territorial development;
- Transversality of culture;
- Access to culture;
- Culture and citizen participation;
- The role of memory and innovation in the construction of local identity.

Su revisión y actualización, que próximamente verán la luz, se centra en las siguientes dimensiones:

- Satisfacción de los derechos culturales de la ciudadanía;
- La cultura y el sistema económico;
- Cultura y articulación social;
- Cultura, salud y bienestar;
- Cultura y educación;
- Cultura y transmisión de valores relacionados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Me atrevo a afirmar la centralidad (más que transversalidad) de las políticas culturales en todas las políticas públicas: ninguna política pública desplegará su potencial transformador ni obtendrá la legitimidad necesaria si ignora la honda e inherente dimensión cultural que toda intervención pública comporta e implica.

Esto se opone a la instrumentalización de la cultura, que siempre es un error, una equívocación y una pérdida inmensa de oportunidad.

Así, la festivalización de la cultura, la conversión de barrios enteros de nuestras ciudades en parques temáticos concebidos para visitantes esporádicos, la proliferación de proyectos que se presentan como culturales y son proyectos de desarrollo económico o turístico en su acepción más superficial, que desdeñan ese potencial transformador y capacitador de proyectos culturales más reales, profundos, cotidianos.

Las ciudades medias ostentan una posición privilegiada para elaborar y llevar a cabo políticas públicas con una incidencia mayor y más precisa que los pueblos con menos recursos económicos y financieros y las grandes ciudades.

Pueden atajar la fragilidad de sus ecosistemas culturales y creativos, reforzar sus industrias y actividades profesionales y amateurs culturales y creativas.

Por otro lado, más allá de la explotación del patrimonio –cultural, natural, industrial, inmaterial, monumental, etc.– con fines

An updated version of this Guide, to be published soon, focuses on the following dimensions:

- Satisfaction of the cultural rights of citizens;
- Culture and the economic system;
- Culture and social articulation;
- Culture, health, and well-being;
- Culture and education;
- Culture and the transmission of values related to the Sustainable Development Goals.

I would go further and affirm the centrality (rather than the transversality) of cultural policies to all public policies: no public policy will manifest its transformative potential or obtain necessary legitimacy if it ignores the deep and inherent cultural dimension that all public intervention entails and implies. This is opposed to the instrumentalization of culture, which is always a mistake and a missed opportunity.

Examples of such a mistaken approach include the ‘festivalization’ of culture – the conversion of entire neighborhoods into theme parks conceived for sporadic visitors – and the proliferation of economic or tourist development projects presented as cultural but only in the most superficial sense, which may in fact prevent the transformative and enabling potential of comparatively real and profound everyday cultural projects.

Medium-sized cities are in a privileged position in the sense that they can develop and carry out public policies of greater and more precise impact than would be possible in large cities or in smaller towns with fewer economic and financial resources. These medium cities can address the fragility of their own cultural and creative ecosystems by strengthening their cultural and creative industries and activities, both professional and amateur.

Beyond the exploitation of heritage (cultural, natural, industrial, intangible, monumental, etc.) for purposes of tourism, many

turísticos, caben políticas más ambiciosas y sostenibles en términos humanos, sociales, económicos, medioambientales y de conservación, preservación y socialización que muchas de las que se están llevando a cabo, que han de estar al servicio de su comunidad y centradas en ella, en su desarrollo humano, social, cultural, educativo y también de su progreso económico, quizá por este orden.

comparatively ambitious and sustainable policies are being undertaken in human, social, economic, and environmental terms, and these address issues of conservation, preservation, and socialization in the service of the community, focused on its development (human, social, cultural, educational) as well as its economic progress – perhaps in that order.

Economía de la cultura: una lectura desde las ciudades medias

Pau Rausell Köster

Director del Área de Investigación en
Economía de la Cultura y Turismo
(Econcult). Universitat de València
ORCID ID: 0000-0003-2274-7423

The economy of culture: a reading from the medium-sized cities

Pau Rausell Köster

Director of the Área de Investigación
en Economía de la Cultura y Turismo
(Econcult), Universitat de València
ORCID ID: 0000-0003-2274-7423

1. INTRODUCCIÓN

No cabe duda de que la ciudad, como dispositivo de interacción humana y mecanismo de generación de riqueza, ha tenido un éxito notable. La clave del éxito y la persistencia de la ciudad radica en que satisface las necesidades humanas con altos niveles de eficiencia, y cuando no lo hace, aparecen mecanismos para generar los cambios necesarios para transformarse. Como afirmó Jane Jacobs hace algunas décadas, “las ciudades contienen las semillas de su propia regeneración” (Jacobs, 1986). Las propias economías de aglomeración hacen que las ineficiencias e insuficiencias sean fáciles de expresar para los ciudadanos y de visualizar y recibir por los responsables políticos o los agentes del mercado. La ciudad aparece como una “fórmula” con indudable éxito en una larga perspectiva histórica (Sorribes, 2012), y con una buena previsión, como demuestra la evolución histórica de la tasa de urbanización y la estimación de que a mediados del siglo XXI casi el 70% de la población mundial vivirá en ciudades.

Constatar el “éxito” de la ciudad no niega en absoluto la existencia de “ciudades que fracasan”. Es obvio que las ciudades pueden

1. INTRODUCTION

There can be no doubt that ‘the city’ – as a device for human interaction and a mechanism for generating wealth – has been remarkably successful. Key to the success and persistence of the city is its satisfaction of human needs at high levels of efficiency; and when this is not the case, mechanisms appear to generate necessary changes. As Jane Jacobs stated decades ago, “cities contain the seeds of their own regeneration” (Jacobs, 1986). The economies of agglomeration make both inefficiencies and insufficiencies easy for citizens to visualize and express and for policymakers and market agents to then receive. The city appears to have constituted a ‘formula’ for clear success over a long historical perspective (Sorribes, 2012), and forecasts for its perpetuation are good, as evidenced by the historical evolution of the rate of urbanization and by estimates that nearly 70% of the global population will reside in cities by the middle of the 21st century.

Verification of the ‘success’ of the city in no way denies the existence of ‘failing’ cities. It is obvious that cities can at times collapse or crumble, like those of Mayan civilization

colapsar o desmoronarse como las ciudades mayas o Detroit. O se pueden crear ciudades que no cumplen con sus funcionalidades como las “ciudades fantasma chinas”(Jin et al., 2017), o se puede observar la existencia de espacios urbanos cuya habitabilidad posee un grave riesgo para la vida debido a los altos niveles de contaminación o inseguridad. No solo se trata de ciudades frágiles en estados fallidos (Nogueira, 2017), sino que, en general, un tercio de la población urbana actual vive en barrios marginales y asentamientos informales, a menudo sin acceso a servicios básicos, incluso en algunas ciudades occidentales ricas. Así, el éxito de las ciudades como constructo no es incompatible con el fracaso de algunas ciudades como praxis.

Uno de los principales factores que influyen en el éxito de las ciudades son las “economías de aglomeración” y no cabe duda de que la globalización económica y la aparición de una cultura global han alterado profundamente la realidad social, económica y política de las ciudades, por lo que los planteamientos simplistas ya no son suficientes. Si hubiera que reducir a un solo indicador la variable “rendimiento urbano”, éste podría ser claramente la productividad urbana. Pero hay que distinguir entre una definición estática y una dinámica de la productividad urbana. La primera comprende una comparación entre ciudades a través del espacio, en ausencia de una dimensión temporal, señalando el mayor nivel de eficiencia de las ciudades más grandes frente a las más pequeñas y explicando las principales razones de este hecho ampliamente aceptado; mientras que la segunda compara las ciudades en términos de rendimiento a lo largo del tiempo, indicando los posibles impulsores de las ganancias de eficiencia para cada tamaño de ciudad, especialmente en términos de la capacidad de cambiar sus características internas, que pueden actuar como una restricción estructural para su crecimiento. La presencia de rendimientos crecientes de la escala urbana solo indica una eficiencia superior de las grandes ciudades, no una tendencia al aumento del tamaño urbano que implique automáticamente un crecimien-

or Detroit in more recent times. Sometimes cities are created that do not fulfill their function, such as “Chinese ghost cities” (Jin et al., 2017) or urban spaces whose very habitation poses a serious risk to life thanks to contamination or insecurity. Such fragile cities appear not only in failed states (Nogueira, 2017); overall, a third of today’s urban populations live in slums and informal settlements, often without access to basic services, even within wealthy areas of the West. Thus it can be said that the success of the city as a construct is not incompatible with the failure of some cities as a praxis.

One of the main factors influencing the success of cities is that of “agglomeration economies,” and there is no doubt that economic globalization and the emergence of a global culture have profoundly altered the social, economic, and political reality of cities, so that simplistic approaches are no longer sufficient. If the variable of ‘urban performance’ were reduced to a single indicator, this would certainly be a measure of urban productivity. But here it is necessary to distinguish between a static and a dynamic definition of urban productivity. The former comprises a comparison among cities across space but without a temporal dimension, pointing out the higher efficiency of the largest cities compared to the smallest while explaining the main reasons for this widely accepted fact. The latter compares cities in terms of performance over time, indicating the possible drivers of efficiency gains for each city size, especially in terms of their ability to change internal characteristics that may act as a structural constraint, inhibiting growth. The presence of increasing returns on increased urban scale merely indicates the higher efficiency of large cities, and not that a tendency to increase in urban size automatically implies growth in productivity. The “association between urbanization and development (...) is one of balance and not causality,” and “urbanization does not cause development *per se*” (Camagni, Capello & Caragliu, 2017).

to de la productividad (Camagni, Capello, & Caragliu, 2017) La “asociación entre urbanización y desarrollo (...) es de equilibrio y no de causalidad” y “la urbanización per se no causa el desarrollo”.

En este sentido, atribuir el éxito de las ciudades exclusivamente a los impactos de las economías de aglomeración es obviamente simplista. No se trata solo de escalas materiales, sino de formas de concentración, que incluyen muchos otros elementos que contribuyen a la generación de beneficios urbanos, a menudo, pero no necesariamente, correlacionados con el tamaño urbano, como son: las posibilidades de ocupación en sectores de alto nivel, la calidad y densidad de las funciones de primer orden, la capacidad de establecer cooperación en red y las características demográficas y económicas del contexto urbano.

Tal y como aclara el Manual de Shanghái (2012), las personas gravitan hacia las ciudades no solo por las oportunidades económicas, sino también en busca de una mejor educación y un flujo ininterrumpido de ideas, información y cultura. La literatura marxista afirma que la ciudad rescata a la gente de la idiotez de la vida rural, y fue también en las ciudades industriales donde se forjó y reforzó el sueño de un nuevo orden social. La ciudad siempre ha sido el centro neurálgico de la libertad, la cultura y la innovación política e institucional en su sentido más amplio. El intercambio de ideas y experiencias, el “mezclaje” cultural consustancial a las ciudades, ha supuesto una enorme externalidad positiva para el conjunto de la sociedad, hasta el punto de la afirmación de Jane Jacobs de que “la ciudad, la riqueza de las naciones”, que resume perfectamente esta poderosa idea.

2. EL MODELO CONCEPTUAL DE LA CIUDAD CULTURAL

La “ciudad cultural” como espacio y soporte de las experiencias culturales de los individuos se convierte en una variable relevante para explicar el éxito de las ciudades. Existe una amplia literatura desde diferentes

Attributing the success of cities exclusively to the impacts of agglomeration economies is obviously simplistic. Success is not only a matter of material scales, but also of forms of concentration, including many other elements (often but not necessarily correlated with urban size) that contribute to the generation of urban benefits such as: the possibilities of occupation in high-level sectors, the quality and density of first-order functions, the ability to establish cooperation in a network, and the demographic and economic characteristics of the urban context.

As the Shanghai Handbook (2012) makes clear, people gravitate to cities not simply for economic opportunities but also for better education and an uninterrupted flow of ideas, information, and culture. Marxist literature asserts that the city rescues people from the idiocy of rural life, and it was in industrial cities that the dream of a new social order was forged and reinforced. The city has always been the nerve-center of freedom, culture, and political and institutional innovation in the broadest sense. The exchange of ideas and experiences – the cultural ‘miscegenation’ inherent to cities – has meant an enormous positive externality for society as a whole, to the point of Jane Jacobs’ dictum “the city, the wealth of nations” – which sums up this powerful idea perfectly.

2. THE CONCEPTUAL MODEL OF THE ‘CULTURAL CITY’

The ‘cultural city’ as a space and support for the cultural experiences of individuals proves a relevant variable in explaining the success of cities. A vast literature from various disciplinary fields considers the location of culture and creativity within urban complexes. From the end of the 1980s and until the outbreak of financial crisis in 2008, different theories successfully pointed in specific and novel ways to the cultural dimension of cities (Zukin, 1995) as an element of opportunity that must be addressed by local development strategies

campos disciplinarios sobre la ubicación de la cultura y la creatividad en los complejos urbanos. Desde finales de los años ochenta y hasta el inicio de la crisis, diferentes teorías apuntaron con éxito, de forma específica y renovada, a la dimensión cultural de las ciudades (Zukin, 1995) como un elemento de oportunidad que debe ser abordado por las estrategias de desarrollo local (Evans, 2001; Florida, 2002; Landry & Bianchini, 1995).

Las “experiencias culturales” tienen efectos sobre los individuos y las comunidades, influyendo en sus percepciones de la propia ciudad y, lo que es más importante, en sus valores, en sus sentimientos sobre su propia identidad y pertenencia, en sus comportamientos y en sus relaciones con los demás, así como el efecto de estos cambios en el rendimiento urbano. Nuestra intuición inicial es que la ingeniería cultural urbana, definida como la técnica de producción de experiencias culturales en el contexto urbano, que manipula contextos simbólicos (arte y cultura, sentidos y significados), materiales (infraestructuras culturales) y tecnológicos, podría convertirse en una herramienta muy poderosa de transformación social, influyendo en el modelo general de actuación urbana, incluido su marco económico.

La ciudad puede utilizar el acceso a las experiencias culturales como estrategias para mejorar la eficiencia del desempeño urbano a través de tres mecanismos: 1) la ciudad como depósito de elementos patrimoniales acumulados y superpuestos a lo largo de la historia, o como forma de generar y difundir relatos que generen resonancia 2) la ciudad como motor de intercambio de ideas, que multiplica las posibilidades de interacciones que requieren experiencias culturales, y 3) la ciudad como escenario vital donde la mayoría de las personas desarrollan sus actividades personales, familiares y profesionales y están expuestas a experiencias culturales.

Estas dimensiones de la ciudad están entrelazadas y articulan su tejido social, político, simbólico y económico, tal y como se muestra en el siguiente mapa conceptual.

(Evans, 2001; Florida, 2002; Landry & Bianchini, 1995).

‘Cultural experiences’ have effects on both individuals and communities, influencing their perceptions of the city and (more importantly) of its values, its feelings about its own identity and belonging, its behaviors and relationships with others, as well as the effects of changes to these perceptions on urban performance. Our first intuition is that urban cultural engineering – defined as the technique of production of cultural experiences in an urban context, which manipulates symbolic contexts (art and culture, sense and signification), materials (cultural infrastructures), and technology – could represent a very powerful tool for social transformation, influencing the general model of urban action and its economic framework.

The city can employ access to cultural experiences as a strategy by which to improve the efficiency of urban performance via three mechanisms: 1) the city as a repository of heritage elements, accumulated and superimposed throughout history, or as a way of generating and disseminating resonant stories; 2) the city as an engine for the exchange of ideas, which multiplies potential interactions that require cultural experiences; and 3) the city as a vital setting where citizens carry out personal, familial, and professional activities and are exposed to cultural experiences.

These dimensions of the city are intertwined and together articulate its social, political, symbolic, and economic fabric, as in the conceptual map below.

According to our hypothesis, the activation of cultural experiences through any of these mechanisms will generate social, cultural, and economic value, consequently improving the effectiveness of the city as a ‘social artifact’ (whether to a greater or lesser extent). In the final section of this article, we undertake an instrumental simplification and assume that the relative efficiency of an ‘urban engine’ can be approximated through

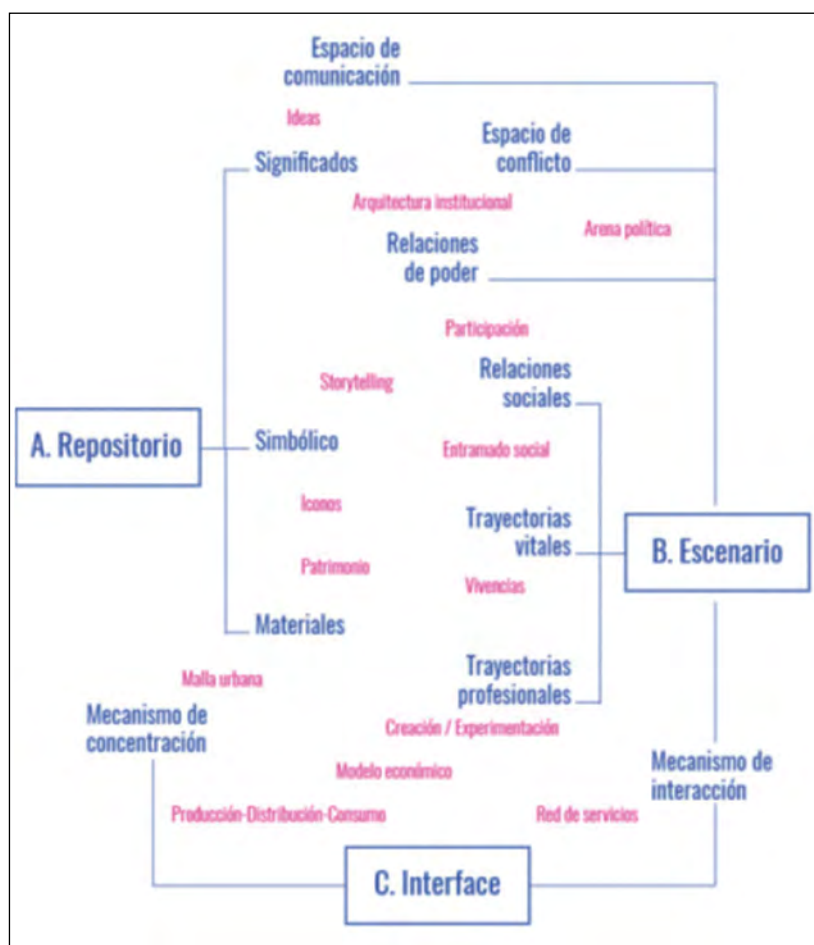


Figura 1. Las conexiones de las dimensiones de la ciudad con la cultura

Fuente: Elaboración propia

Figure 1. Connections between dimensions of the city and culture

Source: own elaboration

Según nuestra hipótesis, la activación de las experiencias culturales a través de cualquiera de estos mecanismos generará valor social, cultural y económico, mejorando en consecuencia la eficacia de la ciudad como “artefacto social” en mayor o menor medida. En la parte final de este artículo, hacemos una simplificación instrumental y asumimos que la mayor eficiencia del “motor urbano” puede aproximarse a través de un indicador como la variación de la productividad. El punto de vista que defendemos es que, desde la crisis de 2008, las ciudades europeas han utilizado algunas de estas estrategias, con distintos grados de racionalidad instrumental e intuición, para mejorar la eficiencia urbana.

an indicator like the variation in productivity. We argue that, since the 2008 crisis, European cities have used some of these strategies to improve urban efficiency, albeit with different degrees of intuition and instrumental rationality.

Cultural experience is associated with several types of positive effects ranging from the achievement of innovation and lifelong learning objectives to the promotion of social cohesion and health and well-being. The New European Agenda for Culture, whose strategic objective is to harness “the power of culture and cultural diversity for social cohesion and well-being,” focuses on a structural model based on the dimensions of health,

La experiencia cultural está asociada a varios tipos de efectos positivos, que van desde la consecución de objetivos de innovación y aprendizaje permanente hasta el fomento de la cohesión social y la salud y el bienestar. La Nueva Agenda Europea para la Cultura, cuyo objetivo estratégico es aprovechar “el poder de la cultura y la diversidad cultural para la cohesión social y el bienestar”, se centra en un modelo estructural basado en las dimensiones de la salud y el bienestar, la renovación urbana y territorial y el compromiso y la participación de las personas (Kern, Le Gall, & Pletosu, 2018), que también aborda el proyecto MESOC (2021). MESOC adapta y desarrolla en mayor medida un método de evaluación de impacto “basado en la transición” derivado de una publicación anterior de la Cátedra UNESCO, construyendo un modelo estructural de la Dimensión Social de la Cultura, tal y como se define en uno de los objetivos estratégicos de la Agenda Europea.

La Nueva Agenda Europea para la Cultura (Comisión Europea, 2018), cuyo objetivo estratégico es aprovechar “el poder de la cultura y la diversidad cultural para la cohesión social y el bienestar”, se centra en un modelo de generación de impacto que conecta directamente una experiencia individual o colectiva con las artes y la cultura con tres ámbitos principales de impacto social: salud y bienestar, renovación urbana y cohesión social.

Parece que podemos aceptar que el enfoque analítico que exponemos en la primera parte de esta intervención resulta plausible. Es plausible que parte del crecimiento de las ciudades europeas en el periodo posterior a la crisis de 2008 se explique por la oferta de experiencias culturales a través de diferentes estrategias (Ciudad Patrimonio, Ciudad Inteligente y Ciudad Creativa). Estas estrategias han contribuido estadística y positivamente al buen desempeño del dispositivo urbano, explicando alrededor del 50% de la varianza de la productividad. El marco interpretativo que hemos denominado “la Ciudad Cultural” representa una combinación más

well-being, urban and territorial renewal, and the commitment and participation of people (Kern, Le Gall & Pletosu, 2018). Also relevant is the MESOC project (2021), which further adapts and develops a “transition-based” impact assessment method derived from a prior publication by the UNESCO Chair, building a structural model of the Social Dimension of Culture as defined in one of the strategic objectives of the European Agenda.

The analytical approach put forward in the first section of this article appears to be plausible, in that some of the growth experienced by European cities in the period following the 2008 crisis can be explained by the offer of cultural experiences via different strategies (the Heritage City, the Smart City, the Creative City). These three strategies have contributed both statistically and positively to the good performance of the urban device, explaining around 50% of the variance in productivity, and the interpretive framework that we have called the cultural city represents a somewhat balanced combination of the Heritage City, the Smart City and the Creative City. Needless to say, we do not propose to undertake here a complete and definitive test by which to validate this new framework; rather, we seek to assess the plausibility of the proposal through partial and circumstantial tests that have so far proven adequate.

3. THE CITY AS A REPOSITORY OF RESOURCES

The first perspective from which to approach the concept of the city is as a geographical space where abundant resources are concentrated. In this sense, a great many resources are available to fulfill various functions, and here the concepts of density and accessibility are essential to explain the success of cities. Among the most important factors in the success of certain cities include dense resource distribution, a stock of accumulated wealth, and a record of historical capital gains depos-

o menos equilibrada de la Ciudad Patrimonial, la Ciudad Inteligente y la Ciudad Creativa. Por supuesto, somos conscientes de que no estamos ante una prueba completa y definitiva que valide este nuevo marco. Más bien, estamos haciendo una aproximación a la plausibilidad de la propuesta a través de pruebas parciales y circunstanciales que hasta ahora encajan.

3. LA CIUDAD COMO DEPÓSITO DE RECURSOS

La primera perspectiva desde la que se puede aproximar al concepto de ciudad, es que esta es un espacio geográfico donde se concentran un número elevado de recursos. En este sentido podemos hablar de un gran almacén de recursos de los que podemos disponer para cumplir diversas funciones y los conceptos de densidad y accesibilidad resulta esenciales para explicar el éxito de las ciudades. No hay ninguna duda que uno de los más importantes factores de éxito de algunas ciudades reside en la distribución densa de sus recursos que al fin y al cabo representan un stock de riqueza acumulada y un registro de plusvalías históricas, depositada a lo largo del tiempo, materializadas en activos urbanos. En este sentido, la densidad es un indicador de riqueza, ya que, a mayor densidad, mayor capacidad de concentrar recursos por unidad de espacio, pero también esa densidad, tiene sus efectos y su percepción es la causante de la anomia, la alienación, el descontento y la ansiedad urbana.

Cabe destacar que los activos urbanos, aunque hacen referencia especialmente a la dimensión material de la ciudad, no se limitan a los artefactos físicos que componen las ciudades como la malla de calles, los edificios, los jardines, la flota municipal de vehículos o las equipamientos públicos y privados, sino que cabría añadir como recursos al valor de los elementos icónicos y el conjunto de *story telling* o significados asociados a los elementos materiales. La ciudad en este sentido es un contenedor de significados y sentido adosados

ited over time and materialized as urban assets. Thus, density can be an indicator of wealth, where the greater the density, the greater the capacity to concentrate resources per unit of space; however, such density also has its effects and negative perceptions as the root cause of anomie, alienation, discontent, and urban anxiety.

It should be noted that while urban assets refer especially to the material dimension of the city, they are not limited to physical artifacts like a network of streets, buildings, gardens, or public and private fleets of vehicles and equipment; also of value are a city's iconic elements and their associated stories or meanings. The city is in this regard a container for meaning attached to its material contents. In many cases, the ability to generate value is strongly related to discourses capable of supporting material elements. In the information society, value is increasingly generated by way of discourses, stories, and flows of data rather than by the production of material goods. Access to experiences has been replacing the ownership of goods as an object of consumer desire, and the attributes of these experiences (and consequently their value) depend on meanings and sensations. Here the processes of innovation and radical transformation are more sustained by changes in meaning than by changes in functionality (provided by changes in technological bases).

The overall set and possible combinations of stories within an urban space amount to more than the urban brand, since these discourses condense a set of physical and socio-psychological attributes and beliefs that can be considered inputs to social, cultural, and economic processes. They are therefore available resources with a similar or greater capacity than material resources for contributing to the general collective value, and they help to shape the meaning of the site in question. In addition, such discourses constitute part of the cultural and cognitive capital of the persons who inhabit, use, or

a sus contenidos materiales. Y muchas veces la capacidad de generar valor está mucho más relacionada con los discursos capaces de soportar o contener. En la sociedad de la información el valor cada vez se genera en mayor proporción en los discursos, relatos y flujos de información que en la producción de bienes materiales. El acceso a las experiencias sustituye a la propiedad de los bienes como objeto de deseo del consumo y los atributos de dichas experiencias, y en consecuencia su valor depende de los significados y los sentidos, y así los procesos de innovación y transformaciones radicales se sustentan más en transformaciones en los significados que cambios en las funcionalidades (que provee los cambios de base tecnológicos).

El conjunto y la combinación de los relatos de un espacio urbano es más que la marca urbana, ya que dichos discursos condensan un conjunto de atributos físicos y socio psicológicos y creencias que pueden ser considerados como insumos de procesos sociales, culturales y económicos. Son, por tanto, recursos disponibles con la misma e incluso mayor capacidad de generar valor colectivo que los recursos materiales, y contribuyen a conformar el sentido del sitio. Además, dichos discursos son parte constitutiva del capital cultural y cognitivos de los sujetos que habitan, usan o visitan los sitios, y en consecuencia condicionan sus comportamientos y maneras de relacionarse entre ellos y con el espacio.

Si nos limitásemos a la dimensión material y al efecto de las economías de aglomeración, parece razonable pensar que las ciudades más grandes generaran procesos de acumulación progresivamente mayores, diferenciándose de las ciudades perseguidoras. Sin embargo, las evidencias parecen mostrar que algunas ciudades de segundo orden han superado el comportamiento económico de las grandes ciudades, suponiendo cierto retorno decreciente de las economías de aglomeración, pero la inclusión de conceptos como la diversidad y la importancia de los nuevos significados podría apoyar el papel de las “posibles bifurcaciones en el desarro-

visit a site, consequently conditioning their behaviors and ways of relating to one another and to the space itself.

If we limit ourselves to the material dimension and the effects of agglomeration economies, it would seem reasonable to presume that the largest cities will generate progressively greater processes of accumulation, thereby differentiating themselves from cities of smaller scope. However, the evidence seems to show that certain second-order cities have outperformed large cities in the economic sense, assuming a diminishing return from agglomeration economies; yet the inclusion of concepts such as diversity and the importance of novel meanings may support the notion of possible bifurcations in the development of cities, linked to the ability to attract or develop new and higher-order functions, increase internal efficiency (Camagni, Capello & Caragliu, 2015), and achieve economies of scale through resignification of their material attributes.

4. THE CITY AS AN INTERFACE FOR EXCHANGE AND COMMUNICATION

The second dimension by which to approach processes of value generation is in the conception of the city as a facilitating interface for the concentration of resources and interactions.

The concentration of resources in a limited geographic space is a necessary condition for certain processes to be activated, without which the success of an urban space would not be possible. For example, producers, workforces, and consumers concentrated into a given space (physical or virtual) can engender the articulation of a market; but at the same time this concentration will pose logistical, organizational, regulatory, and management challenges for the provision of services that sustain it. In other words, it is the very concentration of material resourc-

Dimensión: Depósito de recursos	Modo principal de generación de valor	Modos de producción/reproducción
Materiales	Retribución/intereses sobre el capital acumulado	Inversión en capital fijo, infraestructuras,
Icónicos	Incorporación del valor simbólico en los procesos de creación de valor.	Generación de elementos emblemáticos y condensadores de sentido. Producción de iconos
Significados	Creación de nuevos significados por comparación, similitud, contraste, hibridación	Generación de discursos (“story telling”)

Tabla 1. La ciudad como depósito de recursos

Fuente: Elaboración propia

Dimension: Resource deposit	Main mode of value generation	Modes of production/reproduction
Materials	Remuneration/interest on accumulated capital	Investment in fixed capital/ infrastructure
Icons	Incorporation of symbolic value in processes of value creation	Generation of emblematic elements and condensers of meaning; icon production
Meanings	Creation of new meanings by comparison, similarity, contrast, hybridization	Generation of discourses (storytelling)

Table 1. The city as a repository of resources

Source: own elaboration

llo de las ciudades, vinculadas a la capacidad de atraer o desarrollar funciones nuevas y de orden superior, aumentar la eficiencia interna (Camagni, Capello, & Caragliu, 2015) y alcanzar economías de escala a través de la resignificación de sus atributos materiales.

4. LA CIUDAD COMO INTERFACE DE INTERCAMBIO Y COMUNICACIÓN

La segunda dimensión en la que ubicamos los procesos de generación de valor es en la concepción de la ciudad como interface facilitadora de la concentración de recursos y de la interacción.

es that compels the search for technological, organizational, or spatial solutions that can overcome the propensity to collapse.

The city is a space for the concentration of resources that enables the emergence of the urban web, markets, or service networks. A key element in this context is that the city becomes the main concentrator of human capital, which (as the Romer-Lucas model shows) is the central element of theories of economic growth.

According to Stroper and Scott (2009), three theories can be considered to explain why cities attract human capital: (a) Florida’s “creative class” theory; (b) Glaeser’s and other research that identifies a broad set of

La concentración de recursos en un espacio geográfico limitado es la condición necesaria para que se activen algunos procesos, sin la concurrencia de los cuales no sería posible el éxito de un espacio urbano. La concentración de productores, fuerza de trabajo y consumidores en un espacio (físico o virtual), es por ejemplo una condición necesaria para la articulación de un mercado, pero al mismo tiempo esta concentración plantea unos retos logísticos, de organización, de regulación y de prestación de servicios sin los cuales esa concentración de recursos colapsaría. Es decir, es la propia concentración de recursos materiales la que fuerza la búsqueda de soluciones tecnológicas, organizativas o espaciales para superar la propensión al colapso.

La ciudad es un espacio de concentración de recursos que posibilita la aparición de la malla urbana, los mercados, o las redes de

educational and cultural services, along with weather conditions; and (c) Clark's notion of the city as an entertainment machine based on attractions such as parks, museums, art galleries, orchestras, or emblematic buildings. Dynamic cities with high levels of productivity derived from economies of agglomeration are also great attractors due to their ability to offer well-paid jobs.

Economies of agglomeration are the result of economies of scale as well as network economies that arise when companies (and people) are located close to one another. These are therefore related to spatial proximity and (as Glaeser contends) can be formulated as a reduction in transport costs in a broad sense, meaning transport related to goods as well as to people and ideas (Glaeser, 2011). Today, cities may have productivity advantages for diverse reasons more to do

Dimensión : Interface conectiva	Modo principal de generación de valor	Modos de reproducción
Mecanismo de concentración	Economías de escala y aglomeración. Densidad	Inversión en capital fijo, infraestructuras, redes físicas Desarrollo de servicios
Mecanismo de interacción Espacios de conflicto Espacios de comunicación	Economía de la diversidad Fertilizaciones cruzadas Diversidad	Arena Política y las relaciones de poder Escena de las ideas Innovación

Tabla 2. La ciudad como interface conectiva

Fuente: Elaboración propia

Dimension: Connective interface	Main mode of value generation	Modes of reproduction
Concentration mechanism	Economies of scale and agglomeration; density	Investment in fixed capital, infrastructure, physical networks; service development
Mechanism of interaction Spaces of conflict Spaces of communication	Diversity economy; cross fertilizations; diversity	Political arena and power relations; scene of ideas; innovation

Table 2. The city as a connective interface

Source: own elaboration

servicios. Uno de los elementos claves en este contexto es que la ciudad deviene en el principal concentrador de capital humano, que como sabemos del modelo de Romer-Lucas, son los elementos centrales de las teorías de crecimiento económico.

Para explicar por qué las ciudades atraen a capital humano, según Storper y Scott (Storper & Scott, 2009) se pueden identificar tres teorías: (a) la teoría de la “clase creativa” de Florida, (b) las investigaciones de Glaeser y otros que identifican un amplio conjunto de servicios -tanto servicios educativos o culturales, o como las condiciones climáticas, y, (c) la noción de Clark de la ciudad como una máquina de entretenimiento a partir de las atracciones de los parques, museos, galerías de arte, orquestas o edificios emblemáticos. Pero las ciudades dinámicas son también grandes atractoras de personas por su capacidad de ofrecer empleos bien remunerados, ya que tienen niveles de productividad más altos derivados de las economías de aglomeración.

Las economías de aglomeración son el resultado tanto de las economías de escala como de las economías de red que surgen cuando las empresas (y las personas) se ubican cerca unas de otras. Por lo tanto, se relacionan con la proximidad espacial y, como afirma Glaeser pueden formularse como una reducción de los costes de transporte en un sentido amplio, es decir, los costes de transporte relacionados con las mercancías, pero también con las personas y las ideas. (Glaeser, 2011). Hoy en día, las ciudades tienen una ventaja de productividad por diferentes razones, que tienen que ver con las ideas más que con los costes (como en la ciudad industrial del S. XIX). Cuando una empresa de una ciudad presenta una nueva técnica, producto o diseño, las empresas cercanas pueden construir rápidamente sobre ella o contratar a su creador. La innovación de una empresa aumenta su propia productividad, pero también se extiende a otras empresas. Son los “spillovers de conocimiento”.

En el ámbito de los espacios de interacción, la ciudad articula tanto los espacios de

with ideas than with costs (as was the case for the industrial city of the 19th century). When a company within a city debuts a new technique, product, or design, nearby companies can quickly build on that novelty, or else hire its creator. Innovation increases a company’s own productivity but also spreads to other companies in what are termed “knowledge spillovers”.

In terms of spaces for interaction, the city articulates spaces of communication (collaboration) as well as spaces of conflict (competition), where opposing interests dispute over the use of resources and models of appropriation of public and private spaces. Density serves as both an agitator of conflict and a fomentor of communication. The conflictive aspect defines the political arena of the city, fostering certain power relations that are channeled into a concrete institutional architecture and that form a concrete symbolic representation. The relationships between space, power, and identity are necessarily mediated by symbols such as buildings, statues, or broad avenues that communicate something intangible (an idea, a value, a feeling). Consequently, a place of power is by definition a symbolic place, which is itself a both vehicle for power in the spatial order and for space in the order of power (Monnet & Jérôme, 2011). The material makeup of the city is a subtle representation of power relations and hierarchies (political, religious, economic, cultural), with town halls, churches, or banks at the center, and it is within the city that fierce battles (cultural, economic, technical) are fought between the market as a generator of incentives for prosperity and the primacy of citizenship rights.

Given certain specific models of space appropriation by markets, space is not merely a container for buildings, populations, and production but also a generator of relations of production and reproduction, as well as a contributing source of inequality and consequent injustice. Susan Fainstein’s concept of the “just city” illustrates this tension, and the cultural battles that break

conflicto (competición) donde se dirimen entre intereses contrapuestos y la utilización alternativa de los recursos y los modelos de apropiación de los espacios públicos y privados y también los espacios de comunicación (colaboración). La densidad es tanto un elemento agitador del conflicto como un fertilizador de la comunicación. La primera de estas dos aproximaciones define la arena política de la ciudad y conforma unas determinadas relaciones de poder que se encauzan en una arquitectura institucional concreta y conforman una representación simbólica concreta. Las relaciones entre espacio, poder e identidad están necesariamente mediadas por símbolos como edificios, estatuas, o anchas avenidas que comunican algo intangible (una idea, un valor, un sentimiento): en consecuencia, un lugar de poder es por definición un lugar simbólico, que es un vehículo para el poder en el orden espacial y para el espacio en el orden del poder (Monnet & Jérôme, 2011). La conformación material de la ciudad en sí misma es una representación más o menos sutil de las relaciones de poder y de las jerarquías (políticas, religiosas, económicas culturales), con sus ayuntamientos, sus iglesias o sus bancos en los centros. Precisamente es en la ciudad donde se dirime la verdadera batalla (cultural, económica y técnica) entre el papel del mercado como generador de incentivos para la prosperidad y la primacía de los derechos de la ciudadanía.

Con modelos específicos de apropiación del espacio por parte del mercado, el espacio no se limita a ser un contenedor de edificios, de población y de producción, sino que pasa a ser un generador de relaciones de producción y reproducción, y una fuente contribuyente de desigualdad y consecuente injusticia. El reclamo de la “ciudad justa” de Susan Fainstein podría ilustrar esta tensión, y las batallas culturales que se inician en las ciudades finalmente tienen efectos claros sobre el funcionamiento y la regulación de los mercados, –del mercado en general, no solo lo que se desarrollan en el marco urbano–. Así, un cambio en la retórica en torno

out in cities ultimately have clear effects on the operation and regulation of markets (in general, and not only those developed in the urban setting). Thus, a change in the rhetoric around urban policy from a focus on competitiveness to a discourse on justice can improve the quality of life of urban residents (Fainstein, 2014).

Perhaps the most important element is that this double-dimension of the city as a mechanism of concentration and a mechanism of interaction drives the city to be a machine for innovation. Like geography, innovation and entrepreneurship grant certain preferences to a company, an industrial agglomeration, and/or an individual and make the city a personalized container. Combining Jacobs’ ideas on cities with Schumpeter’s on innovation, it has been argued that innovation and entrepreneurship do not merely take place in cities – they in fact require cities in order to occur (Florida, Adler & Mellander, 2017). Given its high levels of density and diversity, the city is the most perpetually conducive environment for generating the types of human creativity that sustain innovation, entrepreneurship, and economic growth.

5. THE CITY AS A SETTING FOR THE LIVES OF INDIVIDUALS AND COMMUNITIES

The third dimension addressed, less addressed by the conventional literature of urban analysis, is the conception of the city as a setting for life: the personal, professional, and social trajectories of the inhabitants. Given forecasts of urbanization levels reaching 70% by 2050, the city will be the setting of most life events for the planet’s entire population and, consequently, the main determinant of individual levels of well-being, utility, and happiness. Economic factors have a strong impact on subjective well-being in low-income territories, but in places with higher levels of development, evolutionary cultural changes can

a la política urbana, de un enfoque centrado en la competitividad a un discurso sobre la justicia, puede mejorar la calidad de vida de los residentes urbanos (Fainstein, 2014).

Pero quizás el elemento más importante es que esta doble dimensión de la ciudad como mecanismo de concentración y la ciudad como mecanismo de interacción provocan que la ciudad sea una máquina de innovación. La innovación y la iniciativa empresarial, así como su geografía, conceden preferencias a la empresa, las aglomeraciones industriales y/o el individuo y convierten a la ciudad en su contenedor. Combinando las ideas de Jacobs sobre las ciudades con las de Schumpeter sobre la innovación, se argumenta que la innovación y la iniciativa empresarial no solo tienen lugar en las ciudades, sino que requiere de las mismas para que se produzca (Florida, Adler, & Mellander, 2017). La ciudad, con sus mayores niveles de densidad y diversidad, es el entorno más eternamente propicio para generar la creatividad humana que sustenta la innovación, el espíritu empresarial y el crecimiento económico.

5. LA CIUDAD COMO ESCENARIO DE LAS TRAYECTORIAS VITALES DE LOS INDIVIDUOS Y LAS COMUNIDADES

La tercera dimensión a la que queremos apelar, esta menos abordada por la literatura más convencional del análisis urbano, es la referida a la concepción de la ciudad como escenario de las trayectorias vitales, personales, profesionales y sociales de los sujetos que las habitan. Con perspectivas de niveles de urbanización que alcanzarán el 70% en 2050, la ciudad se convierte en el escenario donde suceden la mayoría de los acontecimientos vitales de los habitantes del planeta, y en consecuencia el principal determinante de nuestros niveles individuales de bienestar, utilidad y/o felicidad. Los factores económicos tienen un fuerte impacto en el bienestar subjetivo en los territorios de renta baja, pero

occur that move people to attach greater importance to self-expression and freedom of choice (Inglehart & Welzel, 2005), and some authors have suggested that the components contributing to life satisfaction are three: pleasure, commitment, and meaning (Peterson, Park & Seligman, 2005).

Here the success of cities regains its original meaning, defined by the ability to satisfy the symbolic needs of its citizens. Therefore, success will increasingly depend on how well lives are lived and on the types of professional, social, and expressive experiences the city is able to provide. This aspect is related to the cultural ecosystem. The city as a space for the creation and experimentation of individuals generates value by activating sufficient stimuli to enable integral development through the exercise of creativity, the pursuit of pleasure, and the multiplicity and richness of experiences. The key resides not so much in the functionality and efficiency of the economic device but in the potential of the social fabric and the space for development of personal and social relationships. The richness and density of this network is conditioned by its ability to stimulate a sense of identity, belonging, and commitment to the community, and to promote both participation and trust in others. The governance models of cities must therefore promote the generation of spaces for connection with the community. Rather than hierarchies and organizational charts, the emphasis is on horizontal networks and communities. In the end, the ultimate meaning of urban participation will be the contribution to the creation of a community inspired by the principles of the just city: democracy, diversity, and equity (Fainstein, 2014).

To maximize the utility of our life trajectories, purely instrumental rationality is no longer enough; expressive values of exchange and mutual benefit must also operate. In this perspective, we can interpret a difference referred to by Richard Sennett of tension between the physical or built city (what he terms *la ville*) and the lived city (*la cité*) (Sen-

Dimensión : Escenario de trayectorias vitales	Modo principal de generación de valor	Modos de producción/ reproducción
Espacio de creación y experimentación de los individuos	Desarrollo integral. Creatividad. Placer. Vivencias	Generación de espacios públicos y privados para las experiencias creativas, sensoriales Alfabetización artística y digital
Espacio de desarrollo de las relaciones personales y sociales	Sentido de identidad, compromiso con la comunidad, pertenencia, participación. Significado	Modelos de gobernanza, generación de espacios de conexión con la comunidad. Redes, comunidades
Espacio de desarrollo de la trayectoria profesional	Productividad	Generación de entornos favorables a la creación de oportunidades laborales enriquecedoras

Tabla 3. La ciudad como escenario de las trayectorias vitales

Fuente: Elaboración propia

Dimension: Life-path scenario	Main mode of value generation	Modes of production/ reproduction
Space for creation and experimentation by individuals	Integral development; creativity; pleasure; experiences	Generation of public and private spaces for creative sensory experiences; Artistic and digital literacy
Space for the development of personal and social relationships	Sense of identity; commitment to the community; belonging; participation; meaning	Governance models; generation of spaces for connection with the community; networks and communities
Space for professional career development	Productivity	Generation of favorable environments for the creation of enriching job opportunities

Table 3. The city as a setting for of life trajectories

Source: own elaboration

en aquellos con mayores niveles de desarrollo ocurren cambios culturales evolutivos sobre los cuales la gente le otorga mayor importancia a la auto expresión y a la libertad de elección, (Inglehart & Welzel, 2005); otros autores sugieren que tres componentes contribuyen a la satisfacción de la vida: placer, compromiso y significado (Peterson, Park, & Seligman, 2005).

El éxito de las ciudades vuelve a recuperar su sentido original, y queda definido por la capacidad de satisfacer las necesidades simbólicas de los ciudadanos y, por tanto, depende cada vez más de cómo vivirlas, de qué tipo de experiencias profesionales, sociales y expresivas es capaz de proveer-

nett, 2018). The former resembles what we have called a ‘repository’ (the set of buildings, streets and squares); the latter is the setting where people live, travel, and make the present physical reality their own.

6. FINAL CONSIDERATIONS

The ethics and values associated with the growing centrality of the urban setting to the human condition extend through both social and economic space and permit the emergence of new activities, some of which have economic value and/or drive technological innovation and community development. Sustainable development, creativity,

nos. Y esto cada vez tienes más que ver con el ecosistema cultural. La ciudad como espacio de creación y experimentación de los individuos genera valor activando los suficientes estímulos para posibilitar el desarrollo integral a través del ejercicio de la creatividad, la persecución del placer y la multiplicidad y a riqueza de las vivencias. La clave ya no reside tanto en la funcionalidad y eficiencia del artilugio económico sino en las potencialidades del entramado social, en el espacio de desarrollo de las relaciones personales y sociales. La riqueza y densidad de este entramado está condicionado por su capacidad para estimular el sentido de identidad, el compromiso con la comunidad, la pertenencia, y promover la participación y la confianza en los demás. Los modelos de gobernanza de las ciudades han de propiciar la generación de espacios de conexión con la comunidad. De jerarquías y organigramas pasamos a redes y comunidades horizontales. Al final, el significado último de la participación urbana es la contribución al devenir de una comunidad inspirado por los principios de la ciudad justa; democracia, diversidad y equidad (Fainstein, 2014).

Para maximizar la utilidad de nuestras trayectorias vitales, las guías ya no son la racionalidad puramente instrumental, también operan valores expresivos, de intercambio y beneficio mutuo. En esta perspectiva podemos interpretar la diferencia a la que hace referencia Richard Sennett entre la tensión entre la ciudad física o construida (lo que llama la ville) y la ciudad vivida (la cité) (Sennett, 2018). Por un lado, lo que nosotros hemos llamado repositorio, como el conjunto de edificios, calles y plazas; por otro, el escenario dónde vive, transita y hace suya la gente esa realidad física.

6. A MODO DE CONSIDERACIONES FINALES

La ética y los valores de la creciente centralidad de la condición humana en el escenario urbano se extienden a través del

transparency, participation, accountability, technology, and commitment are all pillars of new social activities and new productive sectors: social innovation, creative enterprises, the local economy, the collaborative economy, the circular economy, care activities, the green economy, and the economy of the common good. It is within these spheres that citizens who are informed, conscious, and stewards of their own freedom seek to develop professional and vital careers; it is in these activities that they can find commitment, pleasure, and meaning in their daily actions. The determinants of behavior here respond to a new hierarchy of values associated with cultural practices: pleasure, the express desire for innovation, relational (versus transactional) consumption and free exchange, critical thinking, personal development, solidarity, cooperation, networking, the value of diversity and beauty, a sense of justice, participation, and the importance of a playful and vital dimension as opposed to purely economic benefits (Boix-Domènech & Rausell-Köster, 2018). These are the central aspects of the cultural city and the main drivers of future urban development.

In a sense, we are now identifying indicators or transition variables that permit connection of the cultural experiences of cities to processes for improving performance. It must be understood that, although our dependent variable is the variation in labor factor productivity in cities, this variable is closely related to the good performance of cities and includes impacts in dimensions beyond the strictly economic (for example, healthier citizens with a better perception of their own well-being are also more productive agents in the economic sphere, and more efficient in processes of participation or action and collective reflection). Thus, variables such as the propensity toward risk, the number of visitors to museums, or the number of ICT graduates can anticipate the fluidity of transmission between cultural experiences and impacts on good urban function. Such transition variables or indica-

espacio, social y económico y posibilita la aparición de nuevas actividades, algunas de ellas con valor económico y que empujan a la innovación tecnológica y el desarrollo de la comunidad. El desarrollo sostenible, la creatividad, la transparencia, la participación, la rendición de cuentas, la tecnología y el compromiso como los pilares de las nuevas actividades sociales y nuevos sectores productivos; la innovación social, las actividades creativas, la economía de proximidad, la economía colaborativa, la economía circular, las actividades del cuidado, la economía verde, la economía del bien común. Es en estos ámbitos donde la ciudadanía informada, consciente y dueña de sus grados de libertad desean desarrollar sus trayectorias profesionales y vitales, ya que es en estas actividades donde puede encontrar el compromiso, el placer y el significado de las acciones cotidianas. Los determinantes del comportamiento, en este ámbito, responde a una nueva jerarquía de valores asociados con las prácticas culturales: el placer, el deseo expreso de la innovación, del consumo relacional (versus el transaccional) y el intercambio libre, el pensamiento crítico, el desarrollo personal, la solidaridad, la cooperación, el trabajo en red, el valor de la diversidad y la belleza, el sentido de justicia, la participación, la importancia de la dimensión lúdica y vital en comparación con un beneficio puramente económico (Boix-Domènech & Rausell-Köster, 2018). Son los aspectos centrales de la ciudad cultural, los tractores principales del desarrollo urbano futuro.

En cierto modo, estamos identificando algunos indicadores o variables de transición que permiten conectar las experiencias culturales de las ciudades y los procesos de mejora del rendimiento. Hay que entender que aunque nuestra variable dependiente es la variación de la productividad del factor trabajo en las ciudades, esta variable se aproxima al buen desempeño de las ciudades e incluye los impactos en distintas dimensiones que van más allá de lo estrictamente económico (por ejemplo, los ciudadanos más

tors are not limited to those that are available and that statistically fit a model; rather, they point to a broader family of variables that allow processes of transformation to take place through cultural experiences. These indicators should be investigated more intensively, as they define the mechanisms of transmission between policies/projects that produce cultural experiences and their final impacts on the economy, culture, or society. A recent UNESCO publication indicates that the spatial, economic, and social benefits of culture in a city are achieved through six sets of transition variables (UNESCO & World Bank, 2021) that act as facilitating tools for impact. These six categories of enabler in the creative city deemed fundamental for translating culture into spatial, economic, and social benefits are: urban infrastructure and livability; contexts that can improve skills and produce innovation; social and financial networks and technical support; inclusive institutions and friendly regulations; a sense of uniqueness conveyed through engaging storytelling; and a digital environment. Deeper analysis of these transition indicators could provide more successful social control and improve the effectiveness and efficiency of cultural policies and projects.

The cultural city as a “mixed concept” and focused on satisfying the cultural rights of its inhabitants can be a tool that improves the well-being of citizens even as it improves prosperity, with relevant impacts in terms of productivity. It is in these areas where informed, aware citizens who own their freedom want to develop their professional and life careers, because it is through these activities that they find commitment, pleasure, and meaning in their daily actions.

We subscribe to Harvey’s notion that the kind of city we want is inseparable from questions of what kind of person we want to be, what kinds of social relationships we seek, what relationships with nature we cherish, what lifestyle we want, what aesthetic values we possess. The Right to the City is, therefore, much more than a right of individual or

sanos o con mejor percepción de su bienestar son también agentes más productivos en el ámbito económico, y más eficientes en los procesos de participación o acción y reflexión colectiva). Así, variables como la propensión al riesgo, el número de visitantes a los museos o el número de titulados en TIC anticipan la fluidez de los procesos de transmisión entre las experiencias culturales y los impactos en el buen funcionamiento urbano. Estas variables o indicadores de transición no se limitan a los que encajan estadísticamente en el modelo (o están a nuestra disposición), sino que apuntan a una familia más amplia de variables que permiten los procesos de transformación que tienen lugar a través de las experiencias culturales. Estos indicadores deben ser investigados más intensamente, ya que definen los mecanismos de transmisión entre las políticas y los proyectos que producen las experiencias culturales y sus impactos finales en la economía, la cultura o la sociedad. Un documento reciente de la UNESCO subraya que los beneficios espaciales, económicos y sociales de la cultura en la ciudad se consiguen a través de seis conjuntos de variables de transición (UNESCO & WORLD BANK, 2021) que actúan como herramientas facilitadoras de los impactos. Las seis categorías de habilitadores de la ciudad creativa que han demostrado ser fundamentales para traducir la cultura en beneficios espaciales, económicos y sociales son: infraestructura urbana y habitabilidad, contextos para mejorar las habilidades y producir innovación, redes sociales y financieras y apoyo técnico, instituciones inclusivas y regulaciones amigables, cierto sentido de singularidad a través de una narración atractiva y un entorno digital. Un mayor análisis de estos indicadores de transición podría proporcionarnos un mejor control social y mejorar la eficacia y eficiencia de las políticas y proyectos culturales.

La “ciudad cultural”, como “concepto mix” y centrada en la satisfacción de los derechos culturales de la ciudadanía puede ser una herramienta que mejore el bienestar

collective access to the resources that the city embodies: it is a right to change and reinvent the city more according to our heart’s desire (Harvey, 2012).

We already know the importance of agglomeration economies, and the importance of density, and also that the symbolic dimension of cities goes far toward explaining their levels of prosperity and the dynamics of their economic and social innovation. But we must go further and understand that the vision of the city as the setting for the countless life experiences of citizens significantly broadens the range of possibilities for defining those citizens’ levels of utility, well-being, and happiness. All of which goes to say, medium-sized cities have options.

BIBLIOGRAPHICAL REFERENCES

- BOIX-DOMÈNECH, R. & RAUSELL-KÖSTER, P. (2018). The Economic Impact of the Creative Industry in the European Union. In *Drones and the Creative Industry* (pp. 19-36). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-95261-1_2
- BORJA, J., CARRIÓN, F. & CORTI, M. (2017). *Ciudades resistentes, ciudades posibles*. Editorial UOC – Editorial de la Universitat Oberta de Catalunya.
- CAMAGNI, R., CAPELLO, R. & CARAGLIU, A. (2015). The Rise of Second-Rank Cities: What Role for Agglomeration Economies? *European Planning Studies*, 23(6), 1069-1089. <https://doi.org/10.1080/09654313.2014.904999>
- CAMAGNI, R., CAPELLO, R. & CARAGLIU, A. (2017). Static vs. Dynamic Agglomeration Economies: Spatial Context and Structural Evolution Behind Urban Growth. In R. Capllo (Ed.), *Seminal Studies in Regional and Urban Economics*, (pp. 227-245). Milano: Springer International Publishing AG 2017. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-57807-1>
- EVANS, G. (2001). *Cultural Planning: An Urban Renaissance?* Routledge.

de la ciudadanía, pero también mejorar la prosperidad con impactos relevantes en términos de productividad. Es en estos ámbitos donde los ciudadanos informados, conscientes y dueños de sus grados de libertad, desean desarrollar sus trayectorias profesionales y vitales, ya que es en estas actividades donde pueden encontrar el compromiso, el placer y el sentido de las acciones cotidianas.

Compartimos la idea de Harvey de que el tipo de ciudad que queremos no puede separarse de la cuestión de qué tipo de personas queremos ser, qué tipo de relaciones sociales buscamos, qué relaciones con la naturaleza apreciamos, qué estilo de vida queremos, qué valores estéticos tenemos. El derecho a la ciudad es, por tanto, mucho más que un derecho de acceso individual o colectivo a los recursos que la ciudad encarna: es un derecho a cambiar y reinventar la ciudad más según el deseo de nuestros corazones (Harvey, 2012).

Ya conocíamos la importancia de las economías de aglomeración y la importancia de la densidad, y también la dimensión simbólica de las ciudades es un elemento que explica en una alta proporción los niveles de prosperidad, la dinámica de la innovación económica y social. Pero hay que ir más allá y pensar que la visión de la ciudad como escenario de las experiencias vitales de la ciudadanía amplía notablemente la frontera de posibilidades para definir los niveles de utilidad, bienestar y felicidad de sus ciudadanos. Y en este sentido, las ciudades medias tienen opción.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BOIX-DOMÈNECH, R., & RAUSELL-KÖSTER, P. (2018). The Economic Impact of the Creative Industry in the European Union. En *Drones and the Creative Industry* (pp. 19-36). Cham: Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-319-95261-1_2
- BORJA, J., CARRIÓN, F., & CORTI, M. (2017). *Ciudades resistentes, ciudades posibles*. Editorial UOC - Editorial de la Universitat Oberta de Catalunya.
- FAINSTEIN, S. S. (2014). The just city. *International Journal of Urban Sciences*, 18(1), 1-18. <https://doi.org/10.1080/12265934.2013.834643>
- FLORIDA, R. (2002). The Rise of the Creative Class. *The Washington Monthly*, May, 15-25.
- FLORIDA, R., ADLER, P. & MELLANDER, C. (2017). The city as innovation machine. *Regional Studies*, 51(1), 86-96. <https://doi.org/10.1080/00343404.2016.1255324>
- GLAESER, E. (2011). El triunfo de las ciudades: Cómo nuestra gran creación nos hace más ricos, más listos, más sostenibles, más sanos y más felices.
- INGLEHART, R. & WELZEL, C. (2005). *Modernization, Cultural Change, and Democracy: The Human Development Sequence*. Cambridge University Press. New York.
- JACOBS, J. (1986). *Las ciudades y la riqueza de las naciones: principios de la vida económica* (Vol. 5). Ariel.
- JIN, X., LONG, Y., SUN, W., LU, Y., YANG, X. & TANG, J. (2017). Evaluating cities' vitality and identifying ghost cities in China with emerging geographical data. *Cities*, 63, 98-109. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2017.01.002>
- KERN, P., LE GALL, A. & PLETOSU, T. (2018). Research for the CULT Committee – Creative Europe: Towards the Next Programme Generation.
- LANDRY, C. & BIANCHINI, F. (1995). *The Creative City*. Demos.
- MONNET, J. & JÉRÔME. (2011). The symbolism of place: a geography of relationships between space, power and identity. *Cybergeogeo*. <https://doi.org/10.4000/cybergeogeo.24747>
- PETERSON, C., PARK, N. & SELIGMAN, M. E. P. (2005). Orientations to happiness and life satisfaction: the full life versus the empty life. *Journal of Happiness Studies*, 6(1), 25-41. <https://doi.org/10.1007/s10902-004-1278-z>

- CAMAGNI, R., CAPELLO, R., & CARAGLIU, A. (2015). The Rise of Second-Rank Cities: What Role for Agglomeration Economies? *European Planning Studies*, 23(6), 1069-1089. <https://doi.org/10.1080/09654313.2014.904999>
- CAMAGNI, R., CAPELLO, R., & CARAGLIU, A. (2017). Static vs. Dynamic Agglomeration Economies: Spatial Context and Structural Evolution Behind Urban Growth. En R. Caplo (Ed.), *Seminal Studies in Regional and Urban Economics*, (pp. 227-245). Milano: Springer International Publishing AG 2017. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-57807-1>
- EVANS, G. (2001). *Cultural Planning: An Urban Renaissance?* Routledge.
- FAINSTEIN, S. S. (2014). The just city. *International Journal of Urban Sciences*, 18(1), 1-18. <https://doi.org/10.1080/12265934.2013.834643>
- FLORIDA, R. (2002). The Rise of the Creative Class. *The Washington Monthly*, May, 15-25.
- FLORIDA, R., ADLER, P., & MELLANDER, C. (2017). The city as innovation machine. *Regional Studies*, 51(1), 86-96. <https://doi.org/10.1080/00343404.2016.1255324>
- GLAESER, E. (2011). El triunfo de las ciudades: Cómo nuestra gran creación nos hace más ricos, más listos, más sostenibles, más sanos y más felices.
- INGLEHART, R., & WELZEL, C. (2005). *Modernization, Cultural Change, and Democracy The Human Development Sequence*. Cambridge University Press. New York.
- JACOBS, J. (1986). *Las ciudades y la riqueza de las naciones: principios de la vida económica* (Vol. 5). Ariel.
- JIN, X., LONG, Y., SUN, W., LU, Y., YANG, X., & TANG, J. (2017). Evaluating cities' vitality and identifying ghost cities in China with emerging geographical data. *Cities*, 63, 98-109. <https://doi.org/10.1016/J.CITIES.2017.01.002>
- KERN, P., LE GALL, A., & PLETOSU, T. (2018). Research for the CULT Committee-Creative Europe: Towards the Next Programme Generation.
- SENNETT, R. (2018). *Building and dwelling: ethics for the city*. Macmillan. Farrar, Straus and Giroux.
- SORRIBES, J. (2012). *La ciudad: economía, espacio, sociedad y medio ambiente*. Tirant lo Blanch.
- STORPER, M. & SCOTT, A. J. (2009). Rethinking human capital, creativity and urban growth. *Journal of Economic Geography*, 9(2), 147-167. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbn052>
- SUSANTI, R., SOETOMO, S., BUCHORI, I. & BROTONSUNARYO, P. (2016). Smart Growth, Smart City and Density: In *Search of The Appropriate Indicator for Residential Density in Indonesia*. *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, 227, 194-201. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.06.062>
- UNESCO & WORLD BANK. (2021). *Leveraging culture and creativity for sustainable urban development and inclusive growth*.
- ZUKIN, S. (1995). *The Cultures of Cities*. Blackwell Publishers.

- LANDRY, C., & BIANCHINI, F. (1995). *The Creative City*. Demos.
- MONNET, J., & JÉRÔME. (2011). The symbolism of place: a geography of relationships between space, power and identity. *Cybergeo*. <https://doi.org/10.4000/cybergeo.24747>
- PETERSON, C., PARK, N., & SELIGMAN, M. E. P. (2005). Orientations to happiness and life satisfaction: the full life versus the empty life. *Journal of Happiness Studies*, 6(1), 25-41. <https://doi.org/10.1007/s10902-004-1278-z>
- SENNETT, R. (2018). *Building and dwelling : ethics for the city*. Macmillan. Farrar, Straus and Giroux.
- SORRIBES, J. (2012). *La ciudad: economía, espacio, sociedad y medio ambiente*. Tirant lo Blanch.
- STORPER, M., & SCOTT, A. J. (2009). Rethinking human capital, creativity and urban growth. *Journal of Economic Geography*, 9(2), 147-167. <https://doi.org/10.1093/jeg/lbn052>
- SUSANTI, R., SOETOMO, S., BUCHORI, I., & BROTONSUNARYO, P. (2016). Smart Growth, Smart City and Density: In *Search of The Appropriate Indicator for Residential Density in Indonesia*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 227, 194-201. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2016.06.062>
- UNESCO & WORLD BANK. (2021). *Leveraging culture and creativity for sustainable urban development and inclusive growth*.
- ZUKIN, S. (1995). *The Cultures of Cities*. Blackwell Publishers.

Economía de la cultura y ciudad: los aspectos socioespaciales en el desarrollo de clústeres culturales y en el funcionamiento de las organizaciones

Diego Barrado Timón

Departamento de Geografía de la
Universidad Autónoma de Madrid
ORCID ID: 0000-0001-6638-1633

Uno de los objetivos de la investigación era analizar el peso que factores del territorio y la sociedad urbana tienen en el desarrollo y funcionamiento de los clusters culturales y de la economía cultural urbana en las ciudades medias y pequeñas. Profundizando aún más, lo que en realidad nos interesaba era prestar atención a una serie de factores que se consideran idiosincráticos de las ciudades medias y pequeñas (cercanía, contactos cara a cara, calidad de vida, bajos costes de producción), y que en la bibliografía internacional son considerados en muchas ocasiones como indispensables para entender el funcionamiento de las empresas culturales, así como del conjunto de un cluster económico cultural urbano. Es decir, valorar la importancia que se le atribuye a los aspectos propios de las ciudades medias y pequeñas, y que según algunos autores les podrían aportar ventajas competitivas en la economía de la cultura frente a las grandes ciudades.

Tal y como demuestra la bibliografía existente, la producción cultural presenta una clara tendencia hacia la concentración espacial, a la formación de clusters. Además, también existía una cierta unanimidad, al menos

The economy of culture and the city: socio-spatial aspects in the development of cultural clusters and in the functioning of organizations

Diego Barrado Timón

Departamento de Geografía de la
Universidad Autónoma de Madrid
ORCID ID: 0000-0001-6638-1633

One of the initial objectives of this research was to analyze the weight that the factors of territory and urban society exert on the development and operation of cultural clusters and on the urban cultural economy in medium and small cities. Going deeper still, what interested us especially was to examine a series of factors considered idiosyncratic for such cities (proximity, face-to-face contact, quality of life, low production costs), often considered essential in the international literature for understanding how cultural companies (and urban cultural-economic clusters) function. Our aim here was to assess the importance attributed to certain aspects of medium and small cities, which according to some authors may provide them with competitive advantages in the economy of culture as compared to large cities.

As the existing scientific literature attests, cultural production shows a clear tendency toward spatial concentration and the formation of clusters. Furthermore, a certain unanimity has (until recently) prevailed that this sort of concentration clearly favors large cities, and especially the large centers of glo-

hasta hace relativamente poco, en que dicha concentración favorecía claramente a las grandes ciudades, y especialmente los grandes centros de la globalización. Sin embargo, en los últimos años, se ha producido un creciente interés académico en las economías culturales de modelos urbanos al margen de los dominantes a escala global, tanto por su peso demográfico como por su situación más o menos marginal frente a la globalización desde el punto de vista geográfico, económico, político o cultural.

El resultado ha sido la aparición de un número significativo de trabajos que han empezado a adaptar las teorías existentes, o a producir otras nuevas, para estos modelos urbanos no centrales. Este nuevo interés científico no solo ha confirmado que también existen historias de éxito de la producción cultural en ciudades medias y pequeñas, sino que se empezase a analizar de forma expresa los factores territoriales específicos de este modelo urbano, poniendo de relieve todo aquello que les pueda suponer ventajas competitivas: mayor calidad de vida, mejor acceso a servicios, amenidades culturales y naturales, abundancia patrimonial, menores costes de producción y de vida, niveles de vitalidad cultural comparativamente más altos.

Evidentemente, también aparecen trabajos que analizan las características de estas ciudades medias y pequeñas que, por el contrario, pueden suponer un freno al desarrollo de la economía de la cultura, como aislamiento, mercados reducidos, escaso tirón de otras actividades económicas e incluso lo que algunos autores llaman pequeñez o atonía cultural. Pero, sobre todo, la escasa capacidad de trascendencia que los productos culturales de estas ciudades pequeñas y medianas pueden tener en mercados nacionales o internacionales mediatizados por las grandes metrópolis.

De entre los factores más veces citados como favorables al desarrollo de la economía de la cultura en las ciudades medias y pequeñas, en la bibliografía científica suelen destacarse en primer lugar aspectos heredados y no modificables, como la localización o la

balización. However, academic interest has been growing in the cultural economies of urban models other than those that dominate on a global scale, due to both their demographic weight and their relatively marginal situation in terms of globalization from a geographical, economic, political, or cultural point of view.

The result has been the appearance of a significant number of works that have sought to adapt existing theories or produce new ones around these non-central urban models. This new scientific interest has confirmed certain success-stories of medium and small cities engaged in cultural production, while the specific territorial factors of smaller urban models are now being analyzed expressly, highlighting all the possible competitive advantages that one might suppose: higher quality of life, better access to services, cultural and natural amenities, wealth of heritage, lower production and living costs, and comparatively elevated levels of cultural vitality.

Not surprisingly, other works have found that certain characteristics of medium and small cities can serve as a brake on development of the culture economy, including isolation, reduced markets, minimal support from other economic activities, and what some authors call cultural smallness or sluggishness. Above all, these authors cite the limited capacity for transcendence that cultural products from these small and medium-sized cities may possess in a context of national or international markets mediated by large metropolises.

On the other hand, as regards those factors most often viewed as favorable to the development of the culture economy in medium and small cities, the scientific bibliography highlights inherited and non-modifiable aspects such as the presence or endowment of natural and cultural resources. Other aspects include the better conditions for habitability and sustainability (that is, optimal quality of life); also lower costs, especially for housing but

dotación en recursos naturales y culturales. A continuación, aparecen aspectos como las mejores condiciones de habitabilidad y sostenibilidad, es decir, la más alta calidad de vida; los costes más bajos, sobre todo en la referido a la vivienda, pero también los costes de producción más bajos, especialmente en relación con los alquileres y los salarios, por lo tanto, la necesidad de menos recursos económicos para iniciar un proyecto; las mayores facilidades de transporte, pero también de acceso a determinadas instituciones, como las educativas.

Otro factor que aparece en la bibliografía como coadyuvante al desarrollo de la economía cultural en ciudades medias y pequeñas es la cercanía, que se puede dividir en dos tipos: cercanía entre empresas, emprendedores y clientes, y cercanía a la administración. La primera, que es un factor esencial para el funcionamiento económico de las empresas, ya que según la teoría permite reducir los costes de producción, está en la base de la construcción de los denominados clusters culturales. La segunda es la cercanía a la administración y a determinadas empresas públicas (audiovisual, televisiones) localizadas, por ejemplo, en ciertas capitales, y que se ha demostrado también como un factor de impulso de la economía de la cultura. Es decir, la cercanía a las decisiones en política cultural como elemento de éxito para un determinado ecosistema cultural.

Pues bien, nuestro interés fue realizar una aproximación territorial a escala local con métodos esencialmente cualitativos (entrevistas) que nos permitiese averiguar, según los empresarios culturales, el peso que estos factores que se han ido citando tienen en el desarrollo de la economía de la cultura en ciudades medias y pequeñas. A tal fin se han realizado un total de diecinueve entrevistas en profundidad en las ciudades de Mérida y Cuenca, en las cuales se ha solicitado preferentemente la opinión cualitativa de los entrevistados sobre el peso que los factores urbanos arriba referidos tienen en la economía de la cultura de cada localidad, y en el funcionamiento de su organización en particular.

also for production, especially in terms of rents and wages, thus reducing the financial resources needed to start a project; and the best transportation facilities as well as access to certain institutions, such as educational facilities.

Another factor described in the literature as contributing to the development of a cultural economy in medium and small cities is proximity, divided into two types: proximity between companies, entrepreneurs, and clients; and proximity to public administration. The former (essential to companies for economic reasons, theoretically reducing production costs) is at the base of the construction of so-called cultural clusters. The latter – proximity to both local government and certain public companies (audiovisual, television), as in the case of certain regional or provincial capitals – has also been identified as a factor in promoting the economy of culture. Proximity to decision-making in cultural policy seems to foster the success of certain cultural ecosystems.

Thus our interest was to carry out a territorial approach at a local scale with essentially qualitative methods (interviews with cultural entrepreneurs) that would allow us to assess the weight that such factors may have in development of the economy of culture in medium and small cities. To this end, a total of 19 in-depth interviews were undertaken in the cities of Mérida and Cuenca, to gain the qualitative opinion of interviewees on the significance of these urban factors for each locality and for the operation of their particular organization.

The cities of Cuenca and Mérida were chosen based on their similarities (demographic size, high heritage content, World Heritage status, regional environments in the process of depopulation) as well as their differences (location and access to large metropolitan centers, regional capital status) in order to perceive nuances around the weight that socio-spatial factors have on the relative success of an urban cultural economy.

Las ciudades escogidas, Cuenca y Mérida, lo fueron en función de similitudes (tamaño demográfico, alto contenido patrimonial, ciudades Patrimonio de la Humanidad, entornos regionales en proceso de despoblación) y diferencias (localización y acceso a grandes centros metropolitanos, capitalidad autonómica) que nos permitirían establecer matices sobre el peso que los factores socioespaciales tienen en el mayor o menor éxito de la economía cultural urbana.

En cuanto a la cercanía a otros agentes, las respuestas son similares en ambas ciudades. Gran parte de los agentes destacan que el encadenamiento productivo que requiere su empresa se sustancia en gran medida en la misma ciudad o en el entorno regional más cercano. Además, en este caso, y al menos en algunos sectores, lo que parece primar para estas relaciones es la afinidad personal, lo que permite destacar el papel de la confianza que permiten los contactos cara a cara.

Además, esta cercanía no tiene solo efectos económicos y de ahorro de tiempo, sino que también permite establecer flujos de comunicación que mejoran el conjunto del sistema, sobre todo en algunos sectores, como el teatro.

Diferente es el caso de la cercanía a la administración o a las decisiones políticas. Este factor no parece presentar gran relevancia en Cuenca, mientras que, en Mérida, y en concreto en algunos sectores (teatro, audiovisual), se convierte en esencial. Gran parte de los entrevistados consideran esencial estar en una capital autonómica pequeña, lo que supone que se está cerca de la administración y se conoce personalmente a los gestores y a los decisores políticos.

De entre las características de las ciudades medias y pequeñas que se consideraban importantes para el funcionamiento de sus empresas, la mayoría de los entrevistados destacaron, en ambas ciudades por igual, los costes de vida en general y los costes de producción en particular. Lo que se señala es una sinergia positiva entre costes de vida bajos

As regards proximity to other agents, answers were similar from interviewees in both cities. A large part of respondents emphasized that the productive chain required by their company resides to a large extent within the same city, or in the nearby regional environment. In addition, at least in some sectors, the notion of personal affinity seems to prevail in these relationships, highlighting the levels of trust that face-to-face contact permits.

Moreover, beyond economic and time-saving effects, this proximity allows the establishment of communication flows that improve the system as a whole, especially in sectors such as theater.

As regards proximity to public administration and political decisions, this appears to be less relevant in Cuenca than in Mérida, where in some sectors (theater, audiovisual) it is viewed as essential. Many of those interviewed in Mérida consider their situation in a small autonomous capital (close to the administration and with personal connections to managers and political decision-makers) to be vital.

Among the characteristics of medium and small cities considered important for the operation of their companies, interviewees in both cities equally indicated the costs of living in general and the costs of production in particular. A positive synergy was perceived between the low costs of living and comparatively low wages, thus allowing companies to be competitive.

Counterpart to this is the labor market and the lessened possibility of finding qualified workers to fill certain jobs. In this case, significant differences were found not between the two cities but among the various cultural sectors.

Another aspect of vital importance for the cultural sectors is the relationship with other urban economic activity – connections (or lack thereof) as well as any possible drag effects that this may have on the development of cultural companies. Here the interviewees were more pessimistic and the effect

que permiten que, a su vez, salarios más bajos que en otras ciudades sean competitivos.

En todo caso, esto tiene la contrapartida del mercado de trabajo, y la posibilidad de encontrar o no mano de obra cualificada para cubrir determinados empleos. En este caso, no se encuentran diferencias significativas entre las dos ciudades tratadas, sino en función del sector cultural del que estemos hablando.

Un aspecto de vital importancia para los sectores culturales es la relación que se establece con el resto de la actividad económica urbana, su engarce con esta y el posible efecto de arrastre que pueda suponer para el desarrollo de estas empresas. En este sentido es donde los entrevistados se muestran más pesimistas, y donde claramente el efecto de estar radicado en una ciudad media presenta su vertiente más negativa.

En primer lugar, lo que se percibe es una clara dependencia de la administración pública, que se convierte en el cliente más importante, en muchos casos prácticamente único, para algunos sectores culturales. Algo similar sucede con los sectores que crean para ser consumidos *in situ* por la sociedad como servicios culturales, caso de la música o el teatro. En este caso, el papel de dinamizador de la economía cultural por parte de la administración se produce fundamentalmente contratando a los creadores y productores para luego poner dichos productos a disposición de los ciudadanos como un servicio público.

Esta labor es reconocida como esencial por parte de las empresas, pero su valoración final refleja en ocasiones un tono claramente negativo. Se juzga como un signo de dependencia empresarial debida en gran medida a la falta de dinamismo del sistema económico urbano y regional.

Sin duda, este es el mejor ejemplo de lo que al inicio consideramos como una de las características de las ciudades medias y pequeñas con un mayor potencial de impacto negativo en la economía de la cultura: la pequeñez. No se trata de que sean ciudades medias y pequeñas, sino de una relativa falta

of being based in a non-large city clearly shows its most negative side.

In the first place, a clear dependence is sometimes perceived on the public administration, which for some cultural sectors becomes the most important client and in many cases the only significant one. This appears to be true in sectors where the creative product is consumed by society *in situ*, as with music performance or theater. Here the role of the public administration in revitalizing the local cultural economy is fundamentally one of contracting creators and producers, then making their products available to citizens as a public service.

While this approach is recognized as essential by some companies, their final assessment sometimes takes on a negative tone: this is judged as a sign of business dependency, due largely to low dynamism in the urban and regional economic systems.

Without a doubt, this example speaks to what we initially considered to be a characteristic with the greatest potential for negative impacts on the culture economies of small and medium-sized cities: the 'smallness' factor. Not the smallness of the cities *per se*, but a relative lack of economic dynamism that prevents them from reaching a sufficient critical mass.

Finally, to further delve into the impact that location in a medium or small city has on companies and cultural clusters, the interviewees were asked to give a general assessment of the positive and negative aspects of operating in Cuenca or in Merida. The answers were in line with what has been observed in the national and international literature, with aspects related to 'smallness' again highlighted, in both negative and positive terms.

Cited among the facilitating elements were the closeness and creativity that these cities foster, favorable for production and residence as well as quality of life. By far the most-cited advantage in many interviews was the possibility of projection and

de dinamismo económico que les impide alcanzar una masa crítica suficiente.

Finalmente, y con el fin de profundizar en el impacto que el emplazamiento en una ciudad media y pequeña tiene en las empresas y en los clusters culturales, se preguntó a los entrevistados por una valoración general de los aspectos positivos y negativos de su localización en Cuenca y en Mérida. Las respuestas van en la línea de lo que se viene señalando en la literatura nacional e internacional, destacándose diferentes aspectos relacionados con la 'smallness', tanto desde el punto de vista negativo como positivo.

En cuanto a los elementos facilitadores, se encuentran opiniones sobre a la cercanía y la creatividad que propician estas ciudades; el ser espacios propicios para la producción y la residencia por su calidad de vida. Sin embargo, con mucha diferencia, la ventaja que aparece en muchas de las entrevistas es la posibilidad de proyección y trascendencia que, para una actividad cultural, ofrece la localización en una ciudad que es referente en aspectos culturales y patrimoniales. Es decir, la conversión de la ciudad en una marca urbana que las empresas usan como referente, con el caso ejemplar de la relación de Mérida con el teatro.

Esto conecta con algunos aspectos que aparecen en la literatura analizada, donde se señala que las mayores posibilidades de éxito de los modelos urbanos no centrales residen en la especialización y la diferenciación en sectores muy concretos, lo que Scott califico de 'niche markets', junto con las estrategias basadas más en el consumo que en la producción cultural (Peck 2005). Es decir, una especialización cultural en conexión con la imagen de la ciudad, y apoyada no solo en la producción sino también en el consumo *in situ*.

En cuanto a las desventajas, se citan continuamente aquellas derivadas de la deficiencia de las infraestructuras (de manera clara el transporte en el caso de Mérida); el aislamiento y la escasa población, lo que implica mercados pequeños; y la potente competencia de empresas radicada en ámbitos más dinámicos y próximos.

transcendencia offered by a city that also serves as a reference in cultural and heritage aspects. That is to say, a city so endowed can become an urban brand that cultural companies use as a reference, and this is exemplified by Mérida's relationship with the theater arts.

This connects with certain aspects found in the reviewed literature, where the greatest chances of success for non-central urban models are said to reside in specialization and differentiation within very specific sectors, described by Scott as 'niche markets', accompanied by strategies based more heavily on consumption than cultural production (Peck, 2005) – in other words, cultural specialization made in connection with the image of the city and supported not only by production but by *in situ* consumption.

As for the disadvantages, continually cited are those derived from: deficiency of infrastructures (transport in the case of Mérida); isolation and low population, which implies small markets; and strong competition from companies located in more dynamic nearby areas.

In summary, our analysis of these cities seems to confirm the importance of their having certain territorial aspects considered essential to explaining the success of a cultural ecosystem. Evidently, closeness and trust are significant for many of the persons interviewed, to the extent that both allow the exchange of information as well as services and benefits. Indeed, in some sectors there is an interweaving (based on personal knowledge) of very small companies, so that they end up sharing costs, risks, and benefits while maintaining great flexibility. Remarkably, the interviewees did not generally specify the advantages of such ease of interaction in economic terms (due to lower production costs), but fundamentally as regards access to information and collaboration among companies through provision of services or equipment.

Como resumen, hay que señalar que parece confirmarse en nuestro análisis la importancia que, en las ciudades analizadas, tienen aquellos aspectos territoriales que se han considerado esenciales para explicar el éxito de un ecosistema cultural. Parece evidente que la cercanía y la confianza son significativas para muchos de los entrevistados, en la medida que les permiten intercambiar información, pero también servicios y prestaciones. De hecho, en algunos sectores se da una total imbricación, basada en el conocimiento personal, entre empresas de muy pequeño tamaño, lo que supone que en gran medida acaben compartiendo costes, riesgos y beneficios mientras que mantienen una gran flexibilidad. Lo que resulta interesante es que los entrevistados no suelen concretar las ventajas de esta facilidad de interacción que permiten las ciudades pequeñas y medias en términos económicos, es decir, por el abaratamiento de los costes de producción, sino fundamentalmente en relación con el acceso a información y colaboraciones entre empresas en forma de prestaciones de servicios o equipamiento.

PUBLICACIONES DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN USADAS COMO REFERENCIA PARA ESTE TEXTO

BARRADO-TIMÓN, DIEGO, ANA I. ESCALONA-ORCAO, CARMEN HIDALGO-GIRALT, CARMEN VÁZQUEZ-VARELA, AND FRANCISCA CEA-D'ANCONA. 2022. "A local territorial approach to the operation of the culture economy in medium and small cities. Case study of the Spanish cities of Mérida and Cuenca", *Boletín De La Asociación De Geógrafos Españoles*, (92). <https://doi.org/10.21138/bage.3185>

BARRADO-TIMÓN, DIEGO, ANTONIO PALACIOS, AND CARMEN HIDALGO-GIRALT. 2020. "Medium and Small Cities, Culture and the Economy of Culture. A Review of the Approach to the Case of Spain in Light of International Scientific

PUBLICATIONS OF THE RESEARCH PROJECT USED AS REFERENCE FOR THIS TEXT:

BARRADO-TIMÓN, DIEGO, ANA I. ESCALONA-ORCAO, CARMEN HIDALGO-GIRALT, CARMEN VÁZQUEZ-VARELA, AND FRANCISCA CEA-D'ANCONA. 2022. "A local territorial approach to the operation of the culture economy in medium and small cities. Case study of the Spanish cities of Mérida and Cuenca", *Boletín De La Asociación De Geógrafos Españoles*, (92). <https://doi.org/10.21138/bage.3185>

BARRADO-TIMÓN, DIEGO, ANTONIO PALACIOS, AND CARMEN HIDALGO-GIRALT. 2020. "Medium and Small Cities, Culture and the Economy of Culture. A Review of the Approach to the Case of Spain in Light of International Scientific Scholarship" *Sustainability* 12, no. 18: 7321. <https://doi.org/10.3390/su12187321>

ESCALONA-ORCAO, ANA, DIEGO A. BARRADO-TIMÓN, SEVERINO ESCOLANO-UTRILLA, BELÉN SÁNCHEZ-VALVERDE, MARIOLINA PINILLOS-GARCÍA, AND LUIS ANTONIO SÁEZ-PÉREZ. 2021. "Cultural and Creative Ecosystems in Medium-Sized Cities: Evolution in Times of Economic Crisis and Pandemic" *Sustainability* 13, no. 1: 49. <https://doi.org/10.3390/su13010049>

Scholarship” *Sustainability* 12, no. 18: 7321.
<https://doi.org/10.3390/su12187321>

ESCALONA-ORCAO, ANA, DIEGO
A. BARRADO-TIMÓN, SEVERI-
NO ESCOLANO-UTRILLA, BELÉN
SÁNCHEZ-VALVERDE, MARICRUZ
NAVARRO-PÉREZ, MARIOLA PINI-
LLOS-GARCÍA, AND LUIS ANTO-
NIO SÁEZ-PÉREZ. 2021. “Cultural and
Creative Ecosystems in Medium-Sized Ci-
ties: Evolution in Times of Economic Cri-
sis and Pandemic” *Sustainability* 13, no. 1:
49. <https://doi.org/10.3390/su13010049>

Cultura y desarrollo urbano. El reto de la información¹

Ana Isabel Escalona-Orcao
Universidad de Zaragoza
ORCID ID: 0000-0002-8275-6201

Belén Sánchez-Valverde García
Universidad de Zaragoza
ORCID ID: 0000-0003-4098-8212

Ma Cruz Navarro-Pérez
Universidad de La Rioja
ORCID ID: 0000-0003-4417-8604

Mariola Pinillos-García
Universidad de La Rioja
ORCID ID: 0000-0003-2304-9715

Luis Antonio Sáez Pérez
Universidad de Zaragoza
ORCID ID: 0000-0002-2228-7861

1. INTRODUCCIÓN²

Las últimas dos décadas han registrado un aumento masivo del interés en la cultura como un recurso importante para el desarrollo sostenible. Sin embargo, la puesta en práctica de estrategias impulsadas por la cultura sigue

-
- 1 En este artículo los textos en español y en inglés son equivalentes, pero difieren en su organización y en el orden de las imágenes. Para la comprensión del mismo, si se lee en español se debe seguir solo las figuras y tablas cuyo título esté en este idioma.
 - 2 La investigación de base ha sido financiada con recursos aportados por el Ministerio de Economía, Industria y Competitividad del Gobierno de España (Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad, convocatoria de 2017, proyecto CSO2017-83603-C2-1-R).

Culture and urban development. The information challenge¹

Ana Isabel Escalona-Orcao
Universidad de Zaragoza
ORCID ID: 0000-0002-8275-6201

Belén Sánchez-Valverde García
Universidad de Zaragoza
ORCID ID: 0000-0003-4098-8212

Ma Cruz Navarro-Pérez
Universidad de La Rioja
ORCID ID: 0000-0003-4417-8604

Mariola Pinillos-García
Universidad de La Rioja
ORCID ID: 0000-0003-2304-9715

Luis Antonio Sáez Pérez
Universidad de Zaragoza
ORCID ID: 0000-0002-2228-7861

1. INTRODUCTION²

The past two decades have seen a massive increase in interest in culture as an important resource for sustainable development. Nevertheless, putting culture-driven strategies into practice

-
- 1 In this article, the texts in Spanish and English are equivalent, but they differ in their organization and in the order of the images. For its comprehension, if it is read in English, only the figures and tables whose title is in this language should be followed.
 - 2 The basic research has been financed through resources provided by the Ministry of Economy, Industry and Competitiveness of the Government of Spain (Programa Estatal de I+D+i Orientada a los Retos de la Sociedad, convocatoria de 2017, proyecto CSO2017-83603-C2-1-R).

siendo un desafío para los poderes públicos³. Los diversos impactos de la cultura son de difícil observación y seguimiento ya que abarcan muchos dominios diferentes de la economía, la sociedad y la vida de las personas. Desde esta premisa resultan esenciales análisis basados en fuentes estadísticas no habituales, que complementan los indicadores de la cultura más frecuentes y permiten estudiar impactos de la cultura claves para la economía, la sociedad y la vida de las personas. El Monitor de las Ciudades Culturales y Creativas (Cultural and Creative Cities Monitor en su versión original) ha sido desarrollado con el fin de ayudar a los responsables políticos a identificar las fortalezas y oportunidades urbanas vinculadas a la cultura. Aunque el modelo toma en consideración, entre otros aspectos, la llamada “economía creativa” de la ciudad, y en concreto, cómo los sectores creativos contribuyen al empleo y favorecen su capacidad innovadora, en su diseño no están suficientemente presentes los agentes protagonistas de dicha actividad, es decir, las empresas. La base de datos SABI sí permite satisfacer este requerimiento, ofreciendo a escala urbana/local información financiera detallada de empresas españolas y permitiendo hacer búsquedas y análisis detallados para empresas, grupos de empresas o variables financieras y periodos temporales elegidos por el usuario. Por ello en nuestro trabajo manejamos ambas herramientas para mejorar la información disponible sobre los ecosistemas culturales urbanos y analizar la relación entre el dinamismo cultural y el empresarial, respaldando de este modo el papel de la cultura en el desarrollo sostenible de las ciudades. Como objeto de estudio hemos elegido las 81 ciudades españolas que tienen entre 50.000 y 100.000 habitantes (Figura 1).

remains a challenge for public authorities³. The various impacts of culture are difficult to observe and monitor as they span many different domains of the economy, society, and people’s lives. Based on this premise, analyses based on unusual statistical sources are essential, as these complement the more common culture indicators and allow deeper examination of the key impacts of culture on the economy, society, and the lives of people. The Cultural and Creative Cities Monitor in its original version was developed to help policy-makers identify urban strengths and opportunities linked to culture. Although this model takes into consideration the so-called “creative economy” of the city, and specifically how creative sectors contribute to employment and favor innovative capacity, the leading agents of this economy (creative companies) are not sufficiently present in the model’s design. Elsewhere, the SABI database does satisfy this requirement, offering detailed financial information on Spanish companies at an urban/local scale and allowing for detailed searches and analysis of companies, groups of companies, and financial variables within time periods selected by the user. For this reason, in our work we employ both these tools to improve the information available on urban cultural ecosystems and to analyze the relationship between cultural and business dynamism, thus supporting the role of culture in the sustainable development of cities. As our object of study we have chosen the 81 Spanish cities with between 50,000 and 100,000 inhabitants (Figure 1).

3 Las consideraciones recogidas en este texto están tomadas de las publicaciones anteriores de los autores reseñadas en la bibliografía final. Muchas de ellas y diversos resultados del proyecto están accesibles en la web <http://culturayterritorio.com/>

3 The considerations contained in this text are taken from the authors' previous publications listed in the final bibliography. Many of them and various results of the project are available on the web: <http://culturayterritorio.com/>

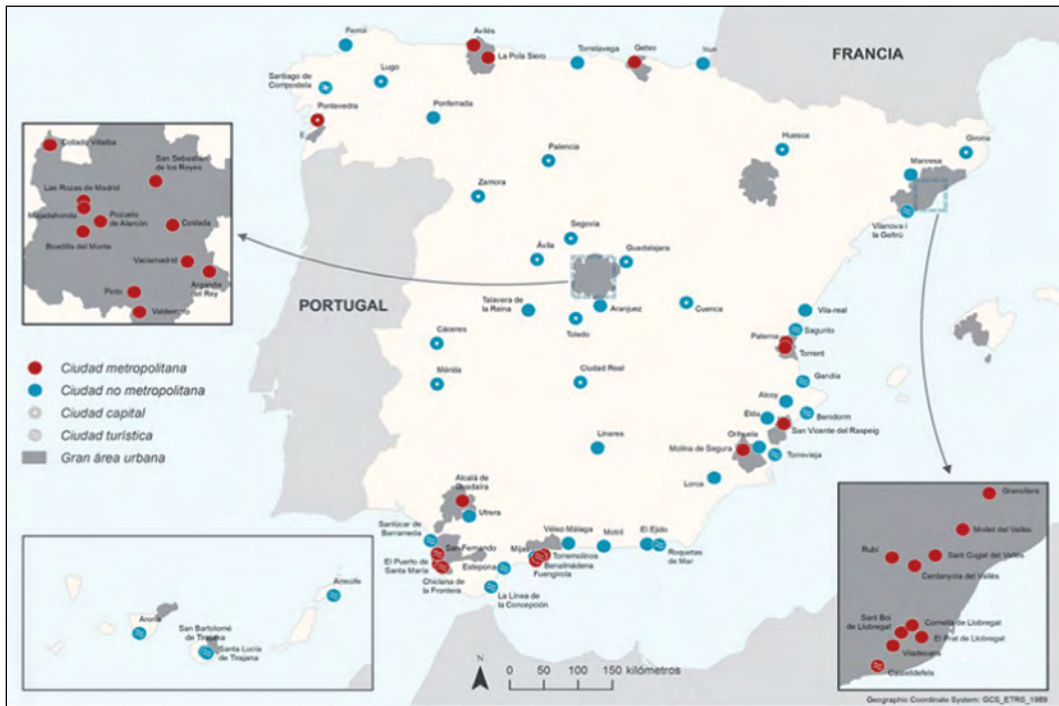


Figura 1. Las ciudades estudiadas y sus características

Fuente: Elaboración propia

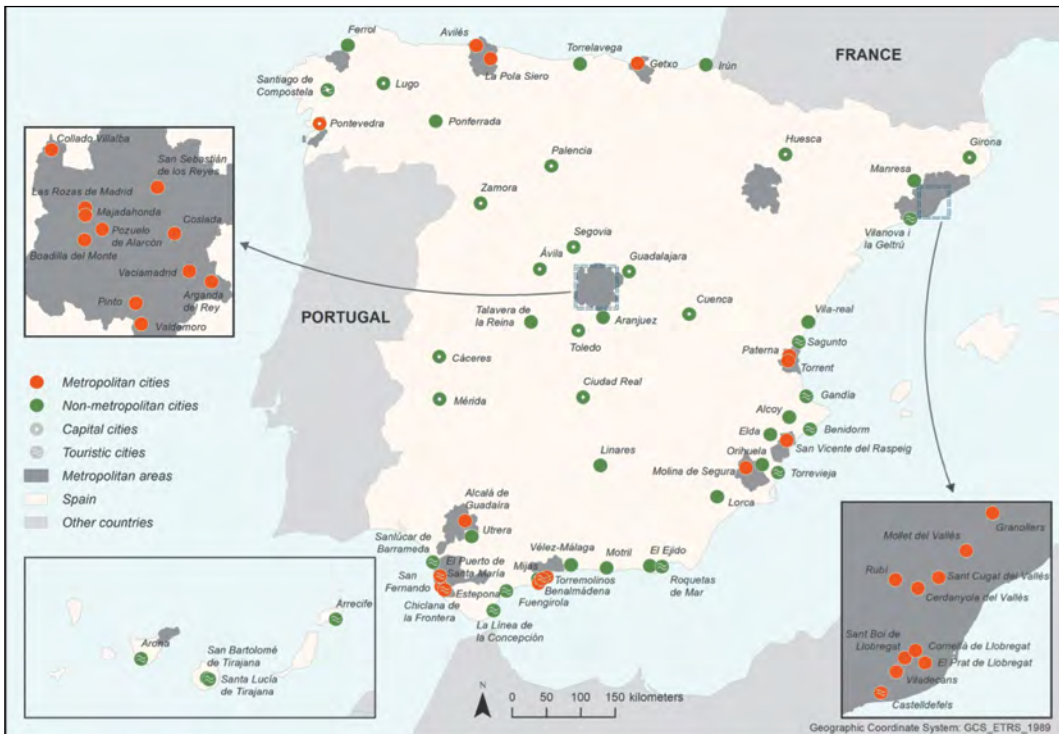


Figure 1. The cities studied and their characteristics

Source: own elaboration

2. CÓMO ABORDAR EL RETO DE LA INFORMACIÓN. CARACTERÍSTICAS DE LAS HERRAMIENTAS MANEJADAS

2.1. EL MONITOR DE LAS CIUDADES CULTURALES Y CREATIVAS (MCCC)

El Monitor de las Ciudades Culturales y Creativas (MCCC) fue puesto a punto por la Comisión Europea con el fin de facilitar el análisis de la cultura como recurso urbano a partir de aspectos que se pueden medir empíricamente. La primera edición se publicó en 2017 con datos de 168 ciudades de más de 50.000 habitantes. En la segunda edición, de 2019, el número de ciudades se amplía a 190. En ambos casos se adoptaron los siguientes criterios para la selección de las ciudades: haber ostentado la capitalidad europea de la cultura, pertenecer a la red de ciudades creativas de la UNESCO haber organizado dos o más festivales internacionales.

El MCCC maneja información cuantitativa recogida en 29 indicadores sobre vitalidad cultural, dinamismo de la economía creativa y condiciones del entorno. Los nueve indicadores sobre vitalidad cultural incluyen datos de oferta cultural, asistencia y participación; los ocho sobre economía creativa computan los empleos artísticos, creativos o relacionados con el conocimiento; los doce indicadores sobre el entorno reflejan si la ciudad atrae y retiene talento por su capital humano, su receptividad y tolerancia social, su accesibilidad geográfica o por su gobernanza (ver relación de indicadores en el anexo I). La media ponderada de los indicadores de vitalidad cultural (40%), economía creativa (40%) y entorno (20%) proporciona el índice C₃ que resume el comportamiento cultural y creativo de cada ciudad en su conjunto. Otras medidas destacadas que proporciona la herramienta son los subíndices D₁ (vitalidad cultural), D₂ (Economía creativa) y D₃ (Contexto socioespacial). La aplicación de este instrumento en las 81 ciudades objeto de estudio ha requerido diversas adaptaciones que se

2. HOW TO ADDRESS THE INFORMATION CHALLENGE. CHARACTERISTICS OF THE TOOLS USED

2.1. THE CULTURAL AND CREATIVE CITIES MONITOR (CCCM)

The Cultural and Creative Cities Monitor was developed by the European Commission to facilitate the analysis of culture as an urban resource based on aspects that can be measured empirically. The first edition was published in 2017 with data from 168 cities, each with more than 50,000 inhabitants. In the second edition (2019), the number of cities increased to 190. In both cases, the following criteria were adopted for the selection of cities: having held the title of European Capital of Culture; belonging to the UNESCO network of creative cities; or having organized two or more international festivals.

The CCCM manages quantitative information collected in 29 indicators on cultural vitality, dynamism of the creative economy, and environmental conditions. Nine indicators on cultural vitality include data on cultural offer, attendance, and participation; eight indicators on the creative economy address artistic, creative, and knowledge-related jobs; twelve indicators on the environment reflect whether or not the city attracts and retains talent due to its human capital, its receptivity and social tolerance, its geographical accessibility, and its governance (see list of indicators in Annex 1). The weighted average of the indicators for cultural vitality (40%), creative economy (40%), and the environment (20%) is known as the C₃ index, which summarizes the cultural and creative behavior of a city as a whole. Other outstanding measures provided by this tool are the sub-indices designated D₁ (Cultural vitality), D₂ (Creative economy) and D₃ (Socio-spatial context). Application of this instrument in the 81 cities under study has required various adaptations, explained in detail in other publications by the authors (v. Escalona *et al.*, 2021b and 2021c).

explican con detalle en otras publicaciones de los autores (Escalona et al, 2021b y 2021c).

2.2. LA BASE DE DATOS SABI

La base SABI solo ofrece información financiera detallada de empresas españolas y portuguesas, pese a lo cual puede considerarse la versión ibérica de las bases AMADEUS y ORBIS referidas a empresas europeas y mundiales, respectivamente. La posibilidad de acceder a la información individualizada de empresas permite construir agregados por municipio, grupos de municipios, sectores productivos o cualquier otro indicador definido al efecto lo que permite obtener una visión de conjunto sobre la evolución en la naturaleza de las empresas culturales en relación con el equilibrio subsectorial, la concentración espacial u otros aspectos. Hay que tener en cuenta, no obstante, que la disponibilidad de datos estará condicionada al hecho de que la empresa o institución esté obligada a registrar sus cuentas y que el alcance de los datos disponibles varía, así mismo, con el perfil de empresa considerado. Por ejemplo, las empresas cotizadas deben ofrecer mucha más información que el resto de las empresas.

Para este estudio se ha seleccionado de la base SABI una muestra de empresas de las 81 ciudades, activas en el momento de la búsqueda y pertenecientes a las ramas de actividad incluidas en los indicadores 10 a 12 y 15 a 18⁴ del MCCC. La muestra definitiva está

4 Estas ramas son las siguientes: 90. Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento; 91. Actividades de bibliotecas, archivos, museos y otras actividades culturales; 58. Edición; 59. Actividades cinematográficas, de vídeo y de programas de televisión; 60. Actividades de programación y emisión de radio y televisión; 62. Programación, consultoría y otras actividades relacionadas con la informática; 63. Servicios de información; 69. Actividades jurídicas y de contabilidad; 70. Actividades de las sedes centrales; actividades de consultoría de gestión empresarial; 71. Servicios técnicos de arquitectura e ingeniería; ensayos y análisis técnicos; 72. Investigación y desarrollo; 73. Publicidad y estudios de mercado y 74. Otras actividades profesionales, científicas y técnicas.

2.2. THE SABI DATABASE

The SABI database is restricted to detailed financial information on Spanish and Portuguese companies and can be considered the Iberian version of the AMADEUS and ORBIS databases (which refer to European and global companies, respectively). The possibility of accessing individualized information of companies allows for the construction of aggregates by municipality, by groups of municipalities, by productive sector, or by other indicators defined for the purpose of obtaining an overview of the evolution of cultural companies in relation to sub-sectoral balance, spatial concentration, or other aspects. Nevertheless, it must be noted that the availability of data is conditioned by the type of company or institution and by its particular obligation to register accounts. For example, publicly listed companies are required to offer much more information than other companies.

For this study, a sample has been selected from the SABI database of companies from the 81 cities that were active at the time of the search and that belonged to the branches of activity included in indicators 10 to 12 and 15 to 18⁴ of the CCCM. The final sample comprised 13,204 companies, with descriptive information available for each as well as data on company size – volume of assets, number of employees – and indicators on activities and results.

4 Branches are as follow: 90) Artistic, recreational, and entertainment activities; 91) Activities of libraries, archives, museums and other cultural sites; 58) Publishing; 59) Motion picture, video, and television production activities; 60) Radio and television programming and broadcasting activities; 62) Programming, consultancy, and other computer-related activities; 63) Information services; 69) Legal and accounting activities; 70) Activities of headquarters and business management consultancy; 71) Architectural and engineering technical services and technical tests and analyses; 72) Research and development; 73) Advertising and market research; and 74) Other professional, scientific, and technical activities.

formada por 13.204 empresas, disponiéndose para cada una de ellas de información descriptiva de su actividad, así como datos de dimensión –volumen de activos, número de empleados– e indicadores de actividad y resultados.

3. EJEMPLOS DE RESULTADOS

3.1. EL DINAMISMO CULTURAL DE LAS CIUDADES ESPAÑOLAS DE 50 A 100.000 HABITANTES SEGÚN EL MONITOR DE LAS CIUDADES CULTURALES Y CREATIVAS (MCCC)

El índice C₃ permite, en primer lugar, clasificar las ciudades estudiadas según su desempeño cultural y creativo y valorar el de cada una en relación con las demás. Como se ve en la figura 2, en el conjunto de las 81 ciudades estudiadas Santiago de Compostela lidera la clasificación (C₃ = 54,82), multiplicando casi por cinco la puntuación de Motril, ciudad con el valor más bajo (C₃ = 11,62).

Los valores del índice C₃ están altamente correlacionados con los del subíndice D₂ que mide la economía creativa (R = 0,893). Este resultado va en línea con los obtenidos en la versión europea original, donde la presencia de importantes capitales europeos, con elevada densidad de industrias creativas, generando y sacando partido de economías de aglomeración y de la proximidad a instituciones públicas y privadas, propicia la co-localización de

3. EXAMPLES OF RESULTS

3.1. THE CULTURAL DYNAMISM OF SPANISH CITIES WITH 50,000 TO 100,000 INHABITANTS ACCORDING TO THE CULTURAL AND CREATIVE CITIES MONITOR

The aforementioned C₃ index allows classification of the cities under study according to their cultural and creative performance, as well as assessment of each in relation to the others. As shown in Figure 2, among the 81 cities studied, Santiago de Compostela leads the classification (C₃ = 54.82), achieving a score almost five times above that of Motril, the city with the lowest value (C₃ = 11.62).

The C₃ index values are highly correlated with those of the D₂ sub-index which measures the creative economy (R = 0.893). These results are in line with those obtained in the original European version, where important European capitals featuring high densities of creative industries as well as recourse to economies of agglomeration and proximity to both public and private institutions were found to foster co-location of related sectors. In our set of cities, we have verified these tendencies toward the clustering of creative sectors in metropolitan cities, and this effect is echoed in this work in that cities where the C₃ index score is more strongly related to the D₂ sub-index are metropolitan cities. Correlations of the C₃ index with the other two sub-indices indicates relatively lukewarm associations with D₁, measuring cultural vital-

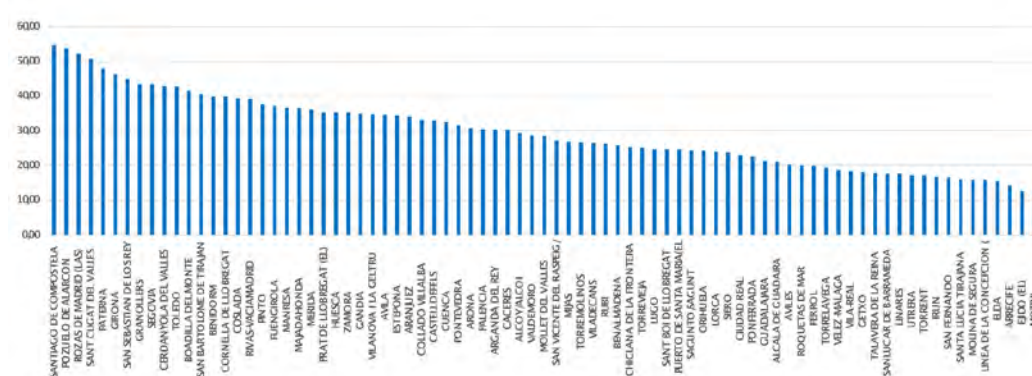


Figura 2. Ranking de las 81 ciudades según su puntuación en el índice C₃
 Figure 2. Ranking of the 81 cities according to their C₃ index score



Figura 2. Las ciudades estudiadas según los valores del índice C3

Figure 2. The cities studied according to the C3 index values

Source: own elaboration

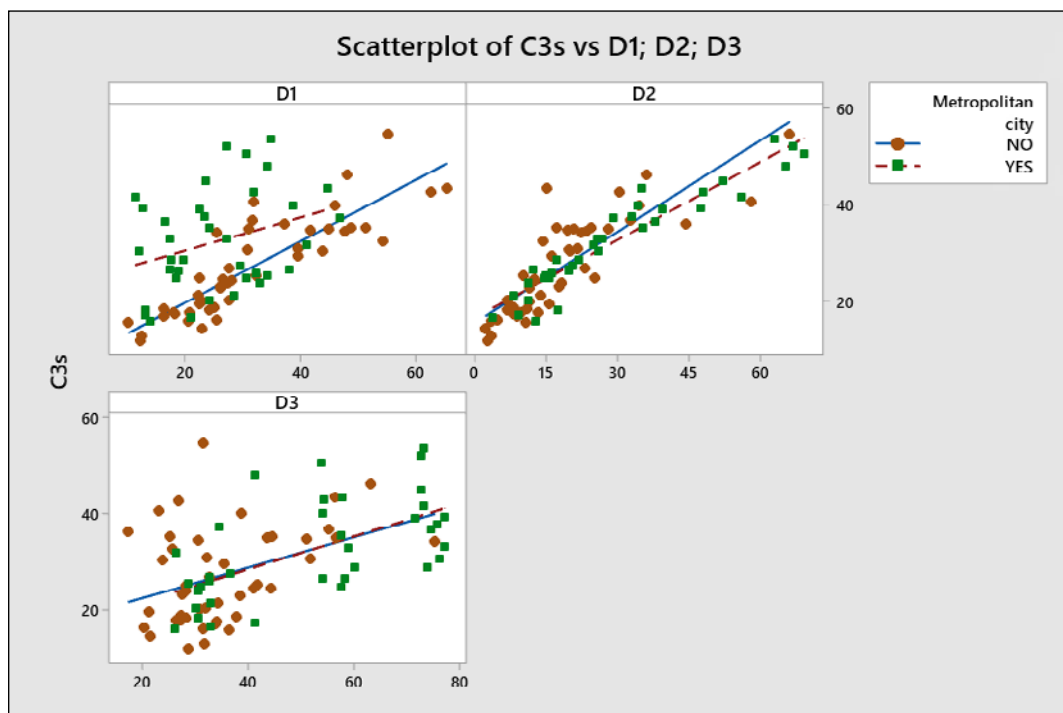


Figure 3: Relationship between C3 index values and those of sub-indices D1 (Cultural vitality), D2 (Creative economy), and D3 (Socio-spatial context)

Source: own elaboration

sectores afines. En nuestro conjunto de ciudades hemos verificado estas tendencias a la clusterización de sectores creativos en las ciudades metropolitanas y este efecto se manifiesta en este trabajo en que son metropolitanas las ciudades cuyo C₃ está más fuertemente relacionado con los valores del subíndice D₂. La correlación del índice C₃ con los otros dos subíndices indica una asociación más tibia tanto con el D₁, vitalidad cultural (R= 0,549) como con el D₃, Contexto socio espacial

ity (R = 0.549) and D₃, on the socio-spatial context (R = 0.541). However, non-metropolitan cities are shown to experience a much better relationship between the D₁ sub-index and the C₃ index; thus for this group of cities cultural vitality appears to be the most influential factor in the C₃ index value. A similar result has been observed in the European sample regarding medium-sized cities with significant cultural heritage and resources.

If a hierarchical clustering procedure is applied to the values of the sub-indices D₁

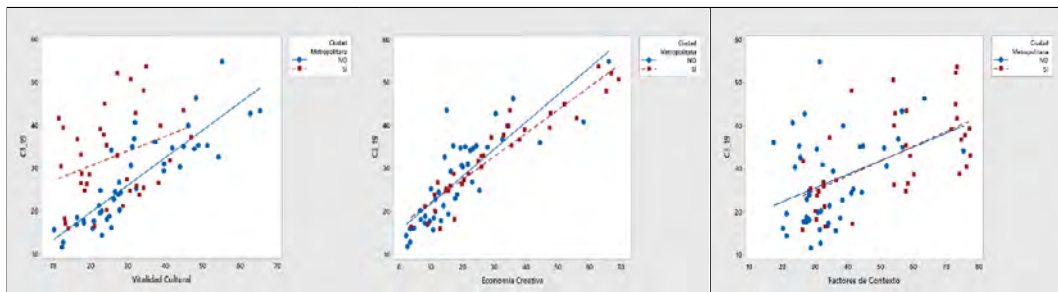


Figura 3: Relación entre los valores del índice C₃ y los de los subíndices D₁ (vitalidad cultural), D₂ (Economía creativa) y D₃ (Contexto socioespacial)

Fuente: Elaboración propia

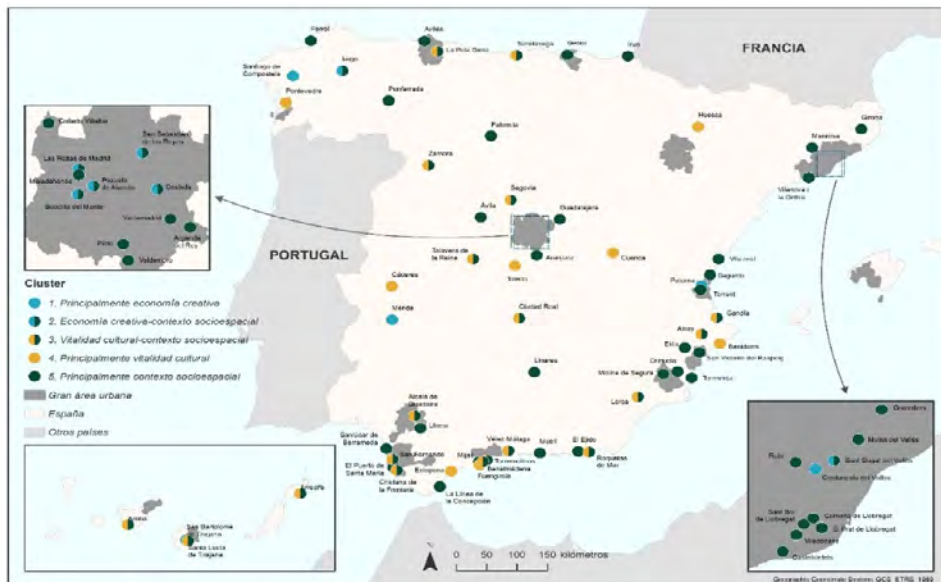


Figure 4. Typology of cultural and creative ecosystems in Spanish cities with between 50,000 and 100,000 inhabitants

1. Mainly creative economy; 2. Creative economy and enabling environment; 3. Cultural vibrancy and enabling environment; 4. Mainly cultural vibrancy; 5. Mainly enabling environment

Source: own elaboration

($R=0,541$). Se aprecia sin embargo que las ciudades no metropolitanas tienen una relación mucho mejor entre el subíndice D_1 y el C_3 , de modo que para este grupo de ciudades puede afirmarse que es la vitalidad cultural el factor más influyente en el valor del índice C_3 . Este resultado ha sido observado también en la muestra europea respecto de ciudades de tipo medio con un importante acervo cultural y recursos en consonancia.

Si se aplica un procedimiento de clus-terización jerárquico a los valores de los subíndices D_1 (vitalidad cultural), D_2 (Economía creativa) y D_3 (Contexto socioespacial), obtenemos agrupamientos de ciudades formados con las que tienen altos valores en uno de los tres subíndices y bajos o medios en los dos restantes. En la formación de los grupos interfiere la condición metropolitana o no de las ciudades, así como otros atributos como su carácter turístico o el desempeño de una capitalidad administrativa. Se generan así los cinco grupos de ciudades que se reflejan en el mapa de la figura 4.

(Cultural vitality), D_2 (Creative economy), and D_3 (Socio-spatial context), we obtain groupings of cities scoring high values in one of the three sub-indices and low or medium values in the remaining two. In the formation of these groups, the metropolitan or non-metropolitan character of the cities plays a role, as do other attributes such as touristic (or non-touristic) character or performance as an administrative capital. In this way we arrived at the five groups of cities reflected in the map in Figure 4.

3.2. ASPECTS OF BUSINESS VITALITY AND ITS RELATIONSHIP WITH CULTURAL DYNAMISM

Incorporating a business perspective brings unquestionable advantages to analysis, permitting assessment of the impact of cultural and creative activities on the development of cities. Furthermore, the individualized information available on each of the 13,204 companies comprising the sample provides details of a reality not always adequately reflected in aggregate data. The possibilities for analysis are many. Some examples include:

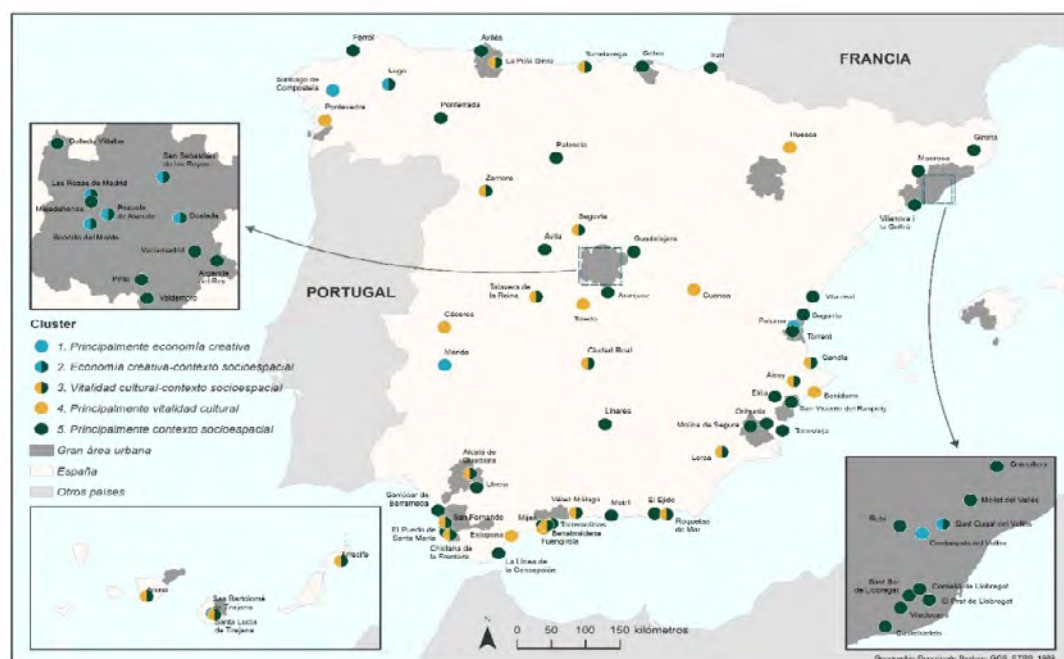


Figura 4. Tipología de los ecosistemas culturales y creativos de las ciudades españolas de entre 50 y 100.000 habitantes
Fuente: Elaboración propia

3.2. ASPECTOS DE LA VITALIDAD EMPRESARIAL Y DE SU RELACIÓN CON EL DINAMISMO CULTURAL

Incorporar la óptica empresarial aporta ventajas incuestionables a los estudios ya que permite valorar el impacto de las actividades culturales y creativas al desarrollo de las ciudades. El hecho de disponer de información individualizada de cada una de las 13.204 empresas que componen la muestra, retiene la ventaja añadida de que aporta detalles a una realidad que no siempre se refleja de forma adecuada en los datos agregados. Las posibilidades de análisis son muchas. A continuación, se presentan algunos ejemplos:

A) El perfil de empresas por grupos de ciudades. La muestra de empresas obtenida a partir de SABI abarca perfiles muy heterogéneos en todas las variables observadas y en el conjunto de indicadores contables y financieros revisados. Esta diversidad aumenta si además consideramos las diferencias estructurales según cuáles sean las ramas de actividad consideradas o la tipología de ciudad. Sirva de referencia la diferencia según el perfil metropolitano o no de los municipios. Si el índice C₃ mostraba que la capacidad creativa y cultural es mayor en las ciudades metropolitanas, con la actividad de las empresas culturales ocurre lo mismo. Las empresas culturales

A) *Profiles of companies by groups of cities.* The sample of companies obtained from SABI covers a range of very heterogeneous profiles in all the variables observed, as well as in the accounting and financial indicators considered. This diversity grows if we further consider structural differences depending on branches of activity or type of city. Differences accorded by the metropolitan or non-metropolitan profile of the municipalities can serve as a reference. If the C₃ index finds that the creative and cultural capacity is greater in metropolitan cities, this is also true of the activities of cultural companies. Those located in metropolitan cities concentrate most of the jobs and assets, and they are larger in size and achieve higher profits and other returns. However, beyond the structural elements typical of metropolitan areas, the influence that certain large company profiles may have on aggregate results cannot be dismissed. Consider that the 26 largest companies in the sample account for 40% of total assets and are located mainly in metropolitan municipalities, while the 7,000 smallest companies (that is, 53% of those in the sample) together represent only 10% of assets (Table 1).

B) *Relationship between cultural and business dynamism.* As mentioned, the C₃ index summarizes the cultural and creative behavior of a city and makes possible the ordering

	NON METROPOLITAN	METROPOLITAN	ALL CITIES	ALL CITIES = 100	
				No metropolitan	Metropolitan
NUMBER OF FIRMS	5.681	7.523	13.204	43,0	57,0
ASSETS (thousand €)	5.019.363,9	22.406.307,1	27.425.671,0	18,3	81,7
EMPLOYMENTS	28.137	90.119	118.256	23,8	76,2
PROFIT (thousand €)	94.344,8	899.144,5	993.489,4	9,5	90,5
ECONOMIC PROFITABILITY (%)	1,9	4,0	3,6	51,9	110,8
DIMENSION					
Assets / number of firms	883,5	2.978,4	2.077,1	42,5	143,4
Employment / number of firms	5,0	12,0	9,0	55,3	133,8
ASSETS PER EMPLOYEE	178,4	248,6	231,9	76,9	107,2

Table 1. Characteristics of cultural and creative companies in the cities studied
Source: SABI database, own elaboration

de las ciudades metropolitanas estudiadas concentran la mayor parte de los empleos y los activos, su dimensión es mayor y logran beneficios y rentabilidades superiores. No obstante, más allá de elementos estructurales propios de las áreas metropolitanas, no se puede descartar la influencia que puede tener determinado perfil de empresa de gran dimensión en los resultados agregados. Piénsese que las 26 empresas más grandes de la muestra acumulan el 40 por ciento de los activos totales, y se ubican fundamentalmente en municipios metropolitanos, por otro lado, las 7000 más pequeñas (es decir, el 53% de las empresas de la muestra) acumulan solo el 10 por ciento de los activos (Tabla 1).

B) Relación entre dinamismo cultural y empresarial. Como se ha señalado, el Índice C₃ resume el comportamiento cultural y creativo de la ciudad considerada y permite ordenar los municipios y, en su caso, las empresas, y definir agrupaciones de acuerdo con niveles crecientes de dinamismo cultural. Por otro lado, a partir de los datos contables y financieros de las empresas ubicadas en cada ciudad, es posible calcular índices de concentración que podrán relacionarse con el respectivo índice C₃. Una primera aproximación a esta relación es visual, la que se resume en el gráfico de la figura 5 que aparece a continuación, dejando

of municipalities and, where appropriate, of companies, thus defining groups according to increasing levels of cultural dynamism. Moreover, based on accounting and financial data from the companies located in each city, it is possible to calculate concentration indices that may be related to the C₃ index values. A first approximation to this relationship is visual, as presented in Figure 5 below, where a similar progression of both indices is shown to be statistically confirmed (the correlation coefficient between the two indices represented is 70 %).

To deepen examination of this relationship, the companies in the sample have been organized into quartiles according to the C₃ index value: Group 1 corresponds to companies located in municipalities scoring the highest values in the index, while Group 4 contains companies in cities scoring the lowest. From here is calculated the value added by groups of companies and employment. The relationship between the relative weight of each group in each of the variables studied compared to what this represents in terms of population results in a concentration index. The table below provides a summary of the main results obtained from this analysis, with 53% of companies in the sample located in one of the municipalities included in Group 1 (with the highest C₃ index values). This percentage is far from what would result were the

	NO METROPOLITANAS METROPOLITANAS		TOTAL CIUDADES	TOTAL CIUDADES = 100	
				No metropolitanas	Metropolitanas
N° EMPRESAS	5.681	7.523	13.204	43,0	57,0
ACTIVOS (miles €)	5.019.363,9	22.406.307,1	27.425.671,0	18,3	81,7
EMPLEOS (n°)	28.137	90.119	118.256	23,8	76,2
BENEFICIO (miles €)	94.344,8	899.144,5	993.489,4	9,5	90,5
RENTABILIDAD (%)	1,9	4,0	3,6	51,9	110,8
DIMENSIÓN					
Activos/n° empresas	883,5	2.978,4	2.077,1	42,5	143,4
Empleo/n° empresas	5,0	12,0	9,0	55,3	133,8
ACTIVOS POR EMPLEADO	178,4	248,6	231,9	76,9	107,2

Tabla 1. Características de las empresas culturales y creativas de las ciudades estudiadas

Fuente: Base de datos SABI, elaboración propia

patente una progresión semejante de ambos índices que se confirma estadísticamente (el coeficiente de correlación entre los dos índices representados es del 70 %).

Con el fin de profundizar en esta relación, las empresas de la muestra se han organizado en cuartiles según el valor del índice C₃: el grupo uno corresponde a las empresas ubicadas en municipios con los valores más elevados del índice y el grupo 4 a las empresas con los más bajos. A partir de ahí, se calcula el valor agregado por grupos de empresas y empleo. La relación entre el peso relativo de cada grupo en cada una de las variables estudiadas comparado con el que representa en términos de población, da como resultado el índice de concentración.

proportion observed in terms of population (27% of the populations of the 81 municipalities reside in these localities). The quotient of the two percentages yields a company concentration index of 1.93 (the percentage of companies located in municipalities with the highest cultural dynamism is 93% above what would correspond to the proportion of population within those territories). The concentration index decreases progressively in groups with less cultural dynamism, but the results are maintained if, instead of the number of companies, the relationship is approached by way of employment data. These results appear to endorse the relationship between business and cultural dynamics in the territories (Table 2).

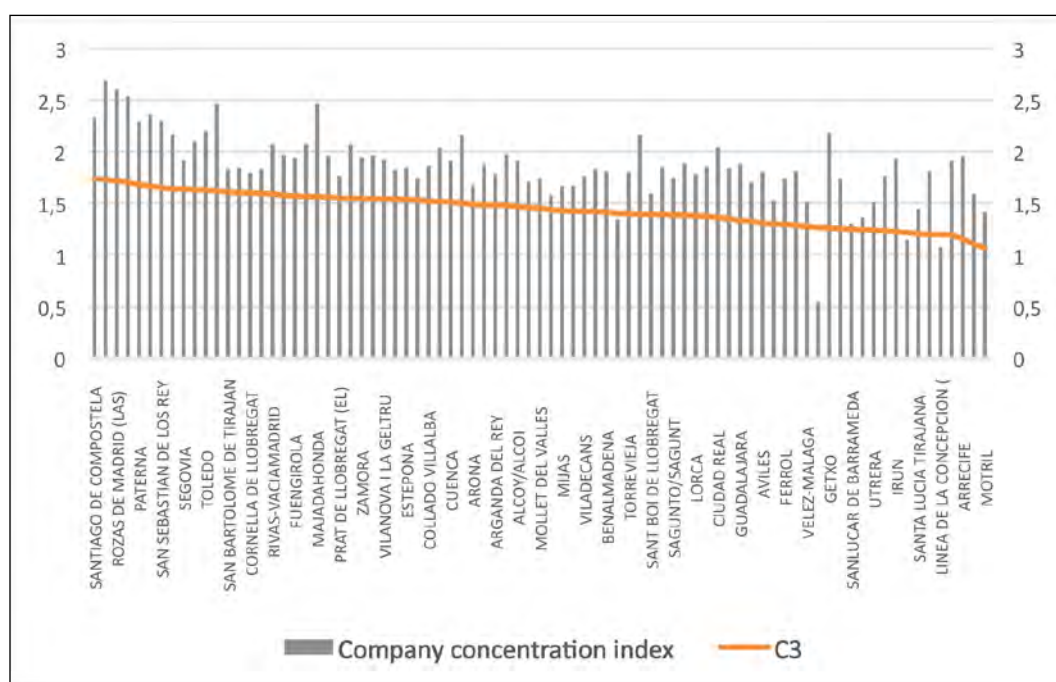


Figure 5. Relationship between the company concentration index and the C₃ index

	Number of firms		Employment	
	% of total	CI	% of total	CI
Group 1	52.92	193.11	75.13	274.13
Group 2	18.34	80.65	9.67	42.53
Group 3	17.21	65.94	8.88	34.01
Group 4	11.52	48.51	6.32	26.62
Total cities	100	100	100	100

Table 2. Characteristics of companies by groups of cities organized from C₃ index values
Source: SABI database, own elaboration

La tabla que se presenta a continuación ofrece una síntesis de los principales resultados obtenidos a partir de este análisis. Así, el 53 por ciento de las empresas de la muestra están ubicadas en alguno de los municipios incluidos en el Grupo 1 (los que ostentan los valores del índice C₃, más elevados). Este porcentaje está muy alejado del que correspondería de mantenerse la proporción que se observa en términos de población (en estas localidades reside al 27 por ciento de la población de los 81 municipios considerados). El cociente de ambos porcentajes da como resultado un índice de concentración de empresas de 1,93 (el porcentaje de empresas ubicadas en los municipios con el dinamismo cultural más elevado, es un 93 por ciento más

C) *Analysis of the city of Cuenca.* The last of the exercises presented turns the analytical perspective on the city of Cuenca. The sample size in this case is small, and results must therefore be assessed with caution. Some of the main indicators are considered in this study, as are particularities with respect to other municipal groups of reference (Table 3).

The differing results in terms of business and size have to do in part with the distribution of companies by activity branch and with the particularities observed in terms of benefits or intensity of labor, among other variables. Figure 6 displays these contrasts in the case of Cuenca.

	CUENCA	NON METROPOLITAN	ALL CITIES
NUMBER OF FIRMS	101	5681	13204
ASSETS (thousand €)	32.270,89	5.019.363,91	27.425.671,00
EMPLOYMENTS	325	28137	118256
PROFIT (thousand €)	1.809,51	94.344,84	993.489,37
ECONOMIC PROFITABILITY (%)	5,61	1,88	3,62
DIMENSION			
Assets / number of firms	319,51	883,54	2077,07
Employment / number of firms	3,22	4,95	8,96
ASSETS PER EMPLOYEE	99,30	178,39	231,92

Table 3. Comparison of companies in Cuenca with those of other cities studied

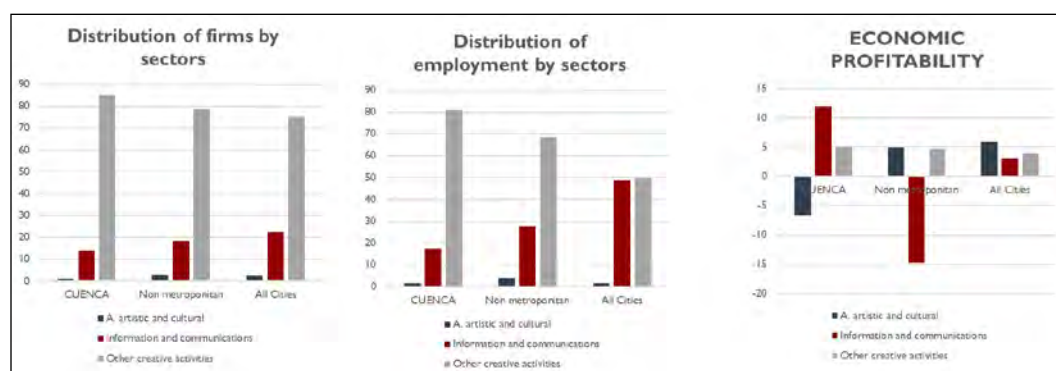


Figure 6. Sectoral and economic variations of creative companies in the cities studied

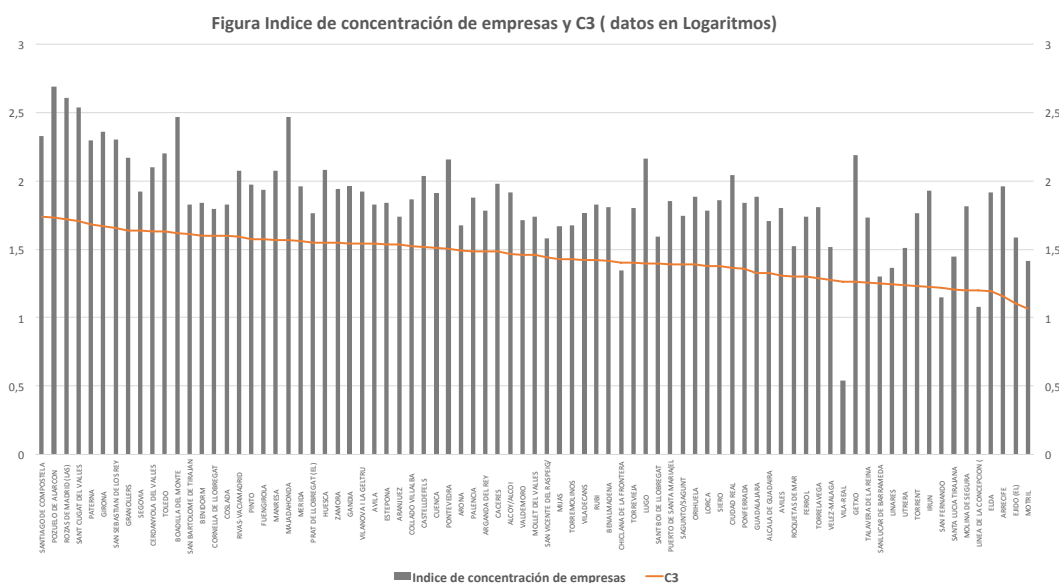


Figura 5. Relación entre el índice de concentración de empresas y el índice C3

	Número de empresas		Empleo	
	% sobre total	IC	% sobre total	IC
Grupo 1	52,92	193,11	75,13	274,13
Grupo 2	18,34	80,65	9,67	42,53
Grupo 3	17,21	65,94	8,88	34,01
Grupo 4	11,52	48,51	6,32	26,62
Todas las ciudades	100	100	100	100

Tabla 2. Características de las empresas por grupos de ciudades organizadas a partir del índice C3

Fuente: Base de datos SABI, elaboración propia

alto del que correspondería a la proporción de población concentrada en dichos territorios). El índice de concentración de empresas disminuye progresivamente en grupos con menor dinamismo cultural. Los resultados se mantienen si, en lugar con del número de empresas, la relación se aborda a partir de datos de empleo. Estos resultados vendrían a avalar la relación entre la dinámica empresarial y cultural en los territorios (Tabla 2).

C) El análisis para una ciudad, Cuenca. El último de los ejercicios de análisis que se presenta traslada la óptica de análisis a la ciudad de Cuenca. El tamaño muestral en este caso es reducido y por lo tanto los resultados ha de valorarse con cautela. Se analizan algunos de los principales indicadores analizados en el estudio, y las

4. CONCLUSIONS

Without a doubt, culture is found to season the municipal economy as a whole with talent and innovation, and the urban society with tolerance, sensitivity, and a sense of welcome. The research carried out indicates that appropriate tools do exist for the analysis of cultural and business dynamism. The Cultural and Creative Cities Monitor facilitates comparison between cities and highlights the importance of medium-sized cities. The SABI database assists in appreciation of the very broad structural diversity of cultural companies. Through the information provided, public authorities can act more effectively, proposing policies adapted to the characteristics of particular cities and companies.

	CUENCA	NO METROPOLITANAS	TOTAL CIUDADES
Nº EMPRESAS	101	5681	13204
ACTIVOS	32.270,89	5.019.363,91	27.425.671,00
EMPLEOS	325	28137	118256
BENEFICIO	1.809,51	94.344,84	993.489,37
RENTABILIDAD	5,61	1,88	3,62
DIMENSIÓN			
Activos/nº empresas	319,51	883,54	2077,07
Empleo/nº empresas	3,22	4,95	8,96
ACTIVOS POR EMPLEADO	99,30	178,39	231,92

Tabla 3. Comparación de las empresas de Cuenca con las de las demás ciudades estudiadas

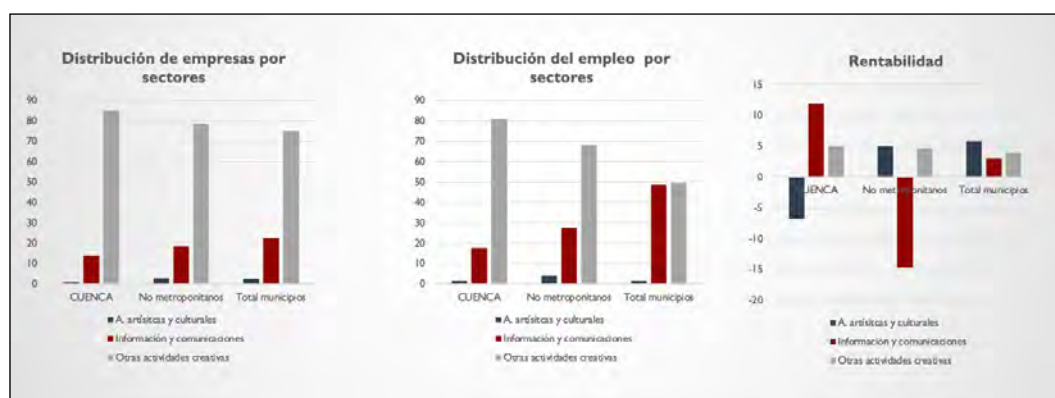


Figura 6. Variaciones sectoriales y económicas de las empresas creativas en las ciudades estudiadas

particularidades respecto a otros grupos municipales de referencia (Tabla 3).

Las diferencias en resultados empresariales y en dimensión, tienen que ver, entre otros motivos, con la particular distribución de empresas por ramas de actividad y las particularidades observadas en cuanto a beneficios o intensidad en el uso del factor trabajo, entre otras variables. La figura 6 muestra estos contrastes en el caso de Cuenca.

4. CONCLUSIÓN

Podemos afirmar que la cultura sazonal al conjunto de la economía con talento e innovación y a la sociedad con tolerancia, sensibilidad y sentido de acogida. Las investigaciones realizadas indican que hay

The positive relationship between culture and urban development suggests that art and creativity can indeed play a role in the recovery of cities. Further inquiry is required into issues such as the governance of cultural ecosystems, the strategic factors of business competitiveness, and the synergies between cultural and business dynamics, among others.

BIBLIOGRAPHIC REFERENCES

- ESCALONA-ORCAO, A.I., BARRADO-TIMÓN, D.A., ESCOLANO-UTRILLA, S., SÁNCHEZ-VALVERDE, B., NAVARRO-PÉREZ, M., PINILLOS-GARCÍA, M. & SÁEZ-PÉREZ, L.A. (2021a). Cultural and Creative Ecosystems in Medium-Sized Cities: Evolution in Times

herramientas apropiadas para analizar el dinamismo cultural y empresarial. Por una parte, el Monitor de las ciudades culturales y creativas (MCCC) facilita la comparación entre ciudades y realza la importancia de las ciudades medias. Mediante la base Sabi apreciamos la enorme diversidad estructural de las empresas culturales. Con las informaciones aportadas los poderes públicos pueden ser más eficaces proponiendo políticas adaptadas a las características de las ciudades y de las empresas.

La relación positiva de la cultura con el desarrollo urbano sugiere que el arte y la creatividad SÍ pueden desempeñar un papel en la recuperación de las ciudades. Queda pendiente profundizar en temas como la gobernanza de los ecosistemas culturales, los factores estratégicos de competitividad empresarial o las sinergias entre la dinámica cultural y la empresarial entre otros.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ESCALONA-ORCAO, A.I., BARRADO-TIMÓN, D.A., ESCOLANO-UTRILLA, S., SÁNCHEZ-VALVERDE, B., NAVARRO-PÉREZ, M., PINILLOS-GARCÍA, M. & SÁEZ-PÉREZ, L.A. (2021a). Cultural and Creative Ecosystems in Medium-Sized Cities: Evolution in Times of Economic Crisis and Pandemic. *Sustainability* (13). <https://doi.org/10.3390/su13010049>
- ESCALONA-ORCAO, A.I., SÁNCHEZ-VALVERDE GARCÍA, B., NAVARRO-PÉREZ CRUZ, M., PINILLOS-GARCÍA, M. & CONEJOS-SEVILLANO, A. (2021b). Cultural Dynamism and Business Vitality in Medium-Sized Cities—Evidence and Proposals for Sustainable Development. *Sustainability*, (13). <https://doi.org/10.3390/su13137325>
- ESCALONA-ORCAO, Ana Isabel; SÁNCHEZ-VALVERDE GARCÍA, Belén; NAVARRO PÉREZ, M^a Cruz; PINILLOS-GARCÍA, Mariola; SÁEZ PÉREZ, Luis Antonio (en prensa): La cultura en las ciudades medianas españolas. Exposición a la pandemia de COVID-19 y elementos para su recuperación. En Miramontes, A. (ed): “La crisis de la COVID-19 y su comportamiento territorial a diferentes escalas”. Grupo de Investigación ANTE (Análisis Territorial) del IDEGA (Instituto Universitario de Estudios y Desarrollo de Galicia) USC (Universidad de Santiago de Compostela).
- ESCALONA-ORCAO, Ana Isabel; SÁNCHEZ-VALVERDE GARCÍA, Belén; NAVARRO PÉREZ, M^a Cruz; PINILLOS-GARCÍA, Mariola; SÁEZ PÉREZ, Luis Antonio (2021c): Cultura y desarrollo en las ciudades medias: una relación prometedora para ciudades como Gandía. En Arte y creatividad para las ciudades en cambio. ¿Es hora de la cultura? Valencia, 15 y 16 de julio de 2021, accesible en <https://events.fundacio.es/e/722/ueg2021-curs-15-art-i-creativitat-per-a-les-ciutats-en-canvi-es-hora-de-la-cultura>.
- ESCALONA-ORCAO, Ana Isabel; SÁNCHEZ-VALVERDE GARCÍA, Belén; NAVARRO PÉREZ, M^a Cruz; PINILLOS-GARCÍA, Mariola; SÁEZ PÉREZ, Luis Antonio (aceptado para publicación): Cultura y desarrollo territorial. Un análisis de las ciudades medianas españolas mediante la herramienta europea Cultural and Creative Cities Monitor. Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles.

la pandemia de COVID-19 y elementos para su recuperación. En Miramontes, A. (ed): "La crisis de la COVID-19 y su comportamiento territorial a diferentes escalas". Grupo de Investigación ANTE (Análisis Territorial) del IDEGA (Instituto Universitario de Estudios y Desarrollo de Galicia) USC (Universidad de Santiago de Compostela).

ESCALONA-ORCAO, Ana Isabel; SÁNCHEZ-VALVERDE GARCÍA, Belén; NAVARRO PÉREZ, M^a Cruz; PINILLOS-GARCÍA, Mariola; SÁEZ PÉREZ, Luis Antonio (2021c): *Cultura y desarrollo en las ciudades medias: una relación prometedora para ciudades como Gandía*. En Arte y creatividad para las ciudades en cambio. ¿Es hora de la cultura? Valencia, 15 y 16 de julio de 2021, accesible en <https://events.fundacio.es/e/722/ueg2021-curs-15-art-i-creativitat-per-a-les-ciutats-en-canvi-es-hora-de-la-cultura>.

ESCALONA-ORCAO, Ana Isabel; SÁNCHEZ-VALVERDE GARCÍA, Belén; NAVARRO PÉREZ, M^a Cruz; PINILLOS-GARCÍA, Mariola; SÁEZ PÉREZ, Luis Antonio (aceptado para publicación): Cultura y desarrollo territorial. Un análisis de las ciudades medianas españolas mediante la herramienta europea Cultural and Creative Cities Monitor. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*.

NAVARRO PÉREZ, M^a Cruz; PINILLOS-GARCÍA, Mariola; ESCALONA-ORCAO, Ana Isabel; SÁNCHEZ-VALVERDE GARCÍA, Belén (2021d): Cultura y desarrollo urbano sostenible: una relación prometedora para las ciudades medias. International Conference on Regional Science, Madrid, 24 a 26 de noviembre de 2021.

NAVARRO PÉREZ, M^a Cruz; PINILLOS-GARCÍA, Mariola; ESCALONA-ORCAO, Ana Isabel; SÁNCHEZ-VALVERDE GARCÍA, Belén (2021d): Cultura y desarrollo urbano sostenible: una relación prometedora para las ciudades medias. International Conference on Regional Science, Madrid, 24 a 26 de noviembre de 2021.

ANNEX 1. LIST OF INDICATORS USED IN THE CCCM

	Subindex (weights, %)	Dimensions (weights, %)	Indicators
C3 Cultural and Creative Cities	1. Cultural Vibrancy (40)	D1.1 Cultural venue & facilities (50)	1.Sights & landmarks 2.Museums 3.Cinema seats 4.Concerts & Shows 5.Theatres
		D1.2 Cultural participation & attractiveness (50)	6.Turist Overnight stays 7.Museum visitors 8.Cinema Attendance 9.Satisfaction with cultural facilities
	2. Creative Economy (40)	D2.1 Creative & knowledgebased jobs (40)	10. Jobs in arts, culture & entert. 11. Jobs in media & communication 12. Jobs in other creative sectors
		D2.2 Intellectual property & innovation (20)	13. ICT patent applications 14. Community design applications
		D2.3 New Jobs in creative sectors (40)	15. Jobs in new arts, culture & entertainment enterprises 16. Jobs in new media & communication enterprises 17. Jobs in new enterprises in other creative sectors
	3. Enabling Environment (20)	D3.1. Human capital & education (40)	18. Graduates in arts & humanities 19. Graduates in ICT 20. Average apparences in university ranking
		D3.2 Openess, tolerance & trust (40)	21. Foreing graduates 22. Foreing-born population 23. Tolerance of foreigners 24. Integration of foreigners 25. People trust
		D3.3 Local & international connections (15)	26. Accessibility to flights 27. Accessibility by road 28. Accessibility by rail
		D3.4 Quality of Governance (5)	29.Quality of governance

ANEXO 1. RELACIÓN DE INDICADORES DEL MONITOR DE LAS CIUDADES CULTURALES Y CREATIVAS

SUBÍNDICES (PESO, %)	DIMENSIONES (PESO, %)	INDICADORES
1. Vitalidad cultural (40)	D1.1 Instalaciones y lugares culturales (50)	1.Lugares de interés y monumentos 2.Museos y galerías de arte 3.Cines 4.Salas de conciertos y de música 5.Teatros
	D1.2 Participación y atractivo cultural (50)	6.Pernoctaciones turísticas 7.Visitantes de museos 8. Asistencia a los cines 9.Satisfacción con los equipamientos culturales
2. Economía creativa (40)	D2.1 Trabajos creativos y basados en el conocimiento (40)	10. Trabajos en actividades artísticas, culturales y de entretenimiento 11. Trabajos en medios y actividades de comunicación 12. Trabajos en otros sectores creativos
	D2.2 Propiedad intelectual e innovación (20)	13. Patentes en aplicaciones de TICs 14. Solicitudes para la protección de diseños industriales
	D2.3 Nuevos empleos en sectores creativos (40)	15. Trabajos en nuevas empresas artísticas, culturales y de entretenimiento 16. Trabajos en nuevas empresas de medios y actividades de comunicación 17. Trabajos en nuevas empresas de otros sectores creativos
3. Contexto socioespacial (20)	D3.1. Capital Humano y Educación (40)	18. Graduados en Artes y Humanidades 19. Graduados en TICs 20. Media de apariciones en rankings universitarios
	D3.2 Receptividad, confianza, tolerancia social (40)	21. Graduados extranjeros 22. Población extranjera 23. Tolerancia hacia los extranjeros 24. Integración de los extranjeros 25. Confianza en la gente
	D3.3 Conexiones nacionales e internacionales (15)	26. Accesibilidad a vuelos de pasajeros 27. Accesibilidad por carretera 28. Accesibilidad por ferrocarril
	D3.4 Calidad de la gobernanza (5)	29. Calidad de la gobernanza

**Mesa redonda.
Empresas culturales,
gestión cultural y
ciudades medias**

Antonio Flores Martínez
Técnico de Promoción Cultural en la
Diputación Provincial de Albacete

Marco Antonio de la Ossa
Director artístico de Estival Cuenca
ORCID ID: 0000-0002-9707-879X

Jaime García Recuenco
Vision Studio Interactive

José Javier Patiño Martínez
Alquimia Diseño & Comunicación

**Santiago David Domínguez-
Solera**
Director de HEROICA Arqueología y
Patrimonio cultural
ORCID ID: 0000-0003-4714-1567

Modera:
Jesús Carrascosa Sariñana
Director de la Fundación Antonio Pérez

D. Jesus Carrascosa Sariñana, Director de la Fundación Antonio Pérez, moderó la sesión y la abrió indicando que las empresas culturales y creativas han sufrido de manera muy intensa por la pandemia, por lo que, aún más si cabe, es prioritario apoyarlas. De ahí también la importancia de que sean el eje de las políticas de desarrollo.

**Roundtable: cultural
companies, cultural
management, and
medium-sized cities**

Antonio Flores Martínez
Técnico de Promoción Cultural en la
Diputación Provincial de Albacete

Marco Antonio de la Ossa
Director artístico de Estival Cuenca
ORCID ID: 0000-0002-9707-879X

Jaime García Recuenco
Vision Studio Interactive

José Javier Patiño Martínez
Alquimia Diseño & Comunicación

**Santiago David Domínguez-
Solera**
Director de HEROICA Arqueología y
Patrimonio cultural
ORCID ID: 0000-0003-4714-1567

Modera:
Jesús Carrascosa Sariñana
Director de la Fundación Antonio Pérez

Mr. Jesus Carrascosa Sariñana, Director of the Antonio Pérez Foundation, moderated the session and opened it by indicating that cultural and creative companies have suffered very intensely during the pandemic, which is why supporting them is a greater priority than ever. This points also to the importance of making such companies the axis of development policies.

El primer interviniente, D. Antonio Flores Martínez, Técnico de promoción cultural de la Diputación Provincial de Albacete planteó las principales características del Plan Estratégico de Cultura de la Junta de Comunidades de Castilla La Mancha y cómo, a pesar de la intervención de numerosos agentes intervinientes en su elaboración, dicho plan no ha dado los frutos esperados.

D. Marco Antonio de la Ossa, Director artístico de Estival Cuenca incidió especialmente, tras relatar las principales novedades del festival desarrollado este año pandémico, el reducido y complicado apoyo de las administraciones hacia este y otro tipo de manifestaciones culturales. Indicó que el principal patrocinador del festival es el público que asiste, siendo la financiación pública y privada muy escasa.

D. Jaime García Recuenco presentó las actividades realizadas por la empresa Vision Studio Interactica en materia de nuevas tecnologías aplicadas a la cultura. En la misma línea que su predecesor, planteó lo difícil que resulta sacar adelante proyectos de cultura y turismo en la región. Así mismo argumentó la necesidad de contar con agentes locales en las actividades de promoción para conseguir una mayor tasa de éxito.

Por su parte, D. José Javier Patiño Martínez (Alquimia Diseño & Comunicación), además de presentar las actividades desarrolladas en el seno de la empresa, planteó que la Covid había supuesto un incremento de trabajo notable para las empresas digitales, tanto desde la parte pública como desde la privada. Planteó las inmensas posibilidades que se han abierto en temas clave hoy día como el comercio electrónico, la digitalización de equipamientos culturales, las audioguías o la creación de páginas web. Concretamente desde su empresa han trabajado en la nueva página web de la catedral o de la UNED.

En último lugar intervino D. Santiago David Domínguez-Solera, Director de Heroica. Arqueología y patrimonio cultural, para, además de presentar las actividades desarrolladas en los últimos años por su

The first speaker, Mr. Antonio Flores Martínez, in charge of Cultural promotion for the Albacete Provincial Council, outlined the main characteristics of the Strategic Plan for Culture of the Castilla-La Mancha Community Board and spoke of why despite the involvement of numerous agents in its preparation this plan has not yielded the expected results.

Mr. Marco Antonio de la Ossa, Artistic Director of Estival Cuenca, made a strong impact by recounting peculiarities of the festival that took place in this pandemic year, especially the reduced and complicated support from public administrations toward this and other cultural events. He indicated that the main sponsors of the festival are the people who attend, with very little public or private funding.

Mr. Jaime García Recuenco introduced the activities carried out by the company Vision Studio Interactica in terms of new technologies applied to culture. Along the same lines as the previous speaker, he mentioned how difficult it is to undertake a culture and tourism project in the region. He also argued the need for local agents to be engaged in promotion activities in order to achieve higher success rates.

For his part, Mr. José Javier Patiño Martínez (Alquimia Diseño & Comunicación) spoke of activities carried out within the company, also stating that COVID has meant notable increases in work for digital companies, both public and private. He indicated the huge possibilities opening up in key areas today such as electronic commerce, the digitization of cultural facilities, audio guides, and the creation of web pages. Specifically, his company has been working on new websites for the cathedral of Cuenca and the UNED.

Lastly, Mr. Santiago David Domínguez-Solera, Director of Heroica Archeology and Cultural Heritage, in addition to presenting activities carried out in recent years by his company, highlighted the importance of generating

empresa, poner de manifiesto la importancia de generar recursos turísticos desde disciplinas como la Arqueología, para así favorecer el desarrollo regional y local.

El debate posterior se centró fundamentalmente en los problemas existentes en las relaciones con las administraciones públicas. En ese sentido, se planteó que, en numerosas ocasiones, y debido a su complejidad, llevan a desistir de la presentación de proyectos que podrían haber sido interesantes para la región. Consideran que es importante fomentar que las empresas locales presenten proyectos culturales en Cuenca, dado que al final las empresas foráneas siempre se llevan las licitaciones.

También se planteó la sensación de obligatoriedad de “convencer” a la administración de las bondades de determinados proyectos lo que, a la postre, es una tarea compleja y difícil de desarrollar. De hecho, en el contexto actual, la sola pervivencia de una empresa en activo ya es complicada, y si además es cultural todavía más laborioso.

Por otro lado, se planteó como uno de los retos del sector el de hacer de la cultura eje de recuperación y desarrollo. Esto es necesario dado que, en muchas ocasiones, suelen tener un carácter residual y no adquiere el carácter de motor de cambio que debería tener. La administración local debe ser consciente que la cultura genera desarrollo. Sin embargo, el sector cultural está muy castigado porque requiere presencialidad y los presupuestos para cultura son escasos y se encuentran muy dañados.

Como idea clave de la sesión también estaría el hecho de que la economía de la cultura debería pivotar entre la administración pública y las empresas privadas, pero también desde el público y los medios de comunicación. El problema estribaría en que entre las empresas no hay sinergias, sino competencia. No se propicia la primera de las cuestiones debido a, entre otras cosas, lo reducido de los presupuestos que se manejan en cuestiones culturales en este país.

tourism resources from disciplines such as archaeology in order to favor regional and local development.

The subsequent discussion focused fundamentally on ongoing problems in relations with public administrations. It was suggested that on numerous occasions, projects that might have been interesting for the region have been abandoned due to their complexity. It was generally considered important to encourage local companies to present cultural projects in Cuenca, where foreign companies have usually been awarded contracts.

The sense of obligation to “convince” the administration of the benefits of certain projects was also raised, though this will be a complex and difficult task. In the current context, the very survival of an active company is already complicated enough, and more so if it is a cultural company.

Another challenge for the sector observed by the speakers is to make culture an axis of recovery and development. This was seen as necessary, given that culture is often regarded as peripheral and rarely as the engine of change that it might be. The local administration must be made aware that culture generates development. Nevertheless, the cultural sector is severely under duress because it often requires in-person attendance, and budgets for cultural undertakings are scarce and very damaged.

The key idea coming out of the session was that the economy of culture should pivot between the public administration and private companies, also involving both the public and the media. The problem is that there are few synergies between companies, but instead competition. The former idea is not promoted in Spain due to reduced budgets assigned to cultural matters, among other things.

In the end, cultural projects will be essential to the economic recovery, but it

Por último, en la recuperación económica serán básicos los proyectos de cultura, pero habrá que ver cuantas administraciones son capaces de ver la oportunidad que supone la llegada de fondos europeos. Todo ello, partiendo de un escenario postcovid complejo, con una situación actual muy deficitaria en inversiones, trabajo y proyectos.

remains to be seen how many administrations are capable of seizing the opportunity that an influx of European funds will represent in complex post-COVID scenario, despite a current situation that is very deficient in terms of investments, work, and projects.

Turismo y cultura en ciudades medias históricas: del peligro del *overtourism* a la gestión del *undertourism*

Libertad Troitiño Torralba

Departamento de Geografía de la
Universidad Complutense de Madrid
ORCID ID: 0000-0002-0436-3832

En la dinámica económica y en los cambios estructurales de los territorios que se han producido en las últimas décadas, hay que resaltar el protagonismo reforzado adquirido por el turismo. Esta circunstancia ha conllevado y conlleva una serie de efectos de signo diverso a nivel morfológico, social y paisajístico.

En una coyuntura como la actual, marcada por la pandemia, la reflexión sobre la protección y la conservación del patrimonio no resulta del todo novedosa, sin embargo, los impactos derivados del modelo de consumo turístico masivo previos al Covid-19, hacen incidir en la necesidad de un cambio que realmente abogue por la integración plena de las dimensiones funcionales y basado en el análisis, con rigor, de las capacidades de acogida para los diferentes usos y actividades, orientando y controlando, de forma sostenible, los procesos de cambio provocados por la crisis mundial.

De esta forma puede ser más factible encontrar respuestas a las problemáticas relacionadas con la integración de las actuaciones y las prácticas sociales del turismo. Es difícil cuestionar que la función turística tiene cada día mayor presencia en los elementos y conjuntos patrimoniales, y ello, si bien plantea nuevos problemas, también

Tourism and culture in historic medium-sized cities: from the danger of overtourism to the management of undertourism

Libertad Troitiño Torralba

Departamento de Geografía de la
Universidad Complutense de Madrid
ORCID ID: 0000-0002-0436-3832

Among the economic dynamics and structural changes that have taken place in recent decades, the rise of tourism as a protagonist must be highlighted. This circumstance has entailed a series of positive and negative effects at the morphological, social, and landscape levels.

In a situation such as the current pandemic, reflections on the protection and conservation of heritage are not entirely novel. However, impacts derived from the pre-pandemic model of mass tourism consumption indicate a need for a change (based on rigorous analysis of the capacities for different uses and activities) that truly advocates the full integration of functional dimensions and is thus able to sustainably guide and control effects such as those caused by the current global crisis.

In this sense, it may be more feasible to seek answers to problems related to the integration of touristic actions and social practices. The tourist function unquestionably gains greater presence every day in heritage elements and sites, and although this poses new problems, it also offers opportunities for citizens to enjoy enriching experiences that contribute to the dissemination and social

ofrece oportunidades para que los ciudadanos tengan experiencias enriquecedoras que contribuyan a su difusión y valorización social, tal como se propugnaba hace ya dos décadas en la Carta de Turismo Cultural de ICOMOS (1999).

En un mundo global, los Territorios y Sitios patrimoniales, actúan de iconos, son referentes de valores naturales y culturales a nivel planetario. Teniendo en cuenta esta premisa, es clave entender, que no se ha de fosilizar estos espacios, sino que son ámbitos dinámicos, que asimilan cambios de índole heterogénea. Por tanto, y con el foco de atención puesto en el momento post-pandemia, cobra mayor fuerza replantearse el binomio entre conservación y uso del patrimonio en estos espacios, sean ciudades, conjuntos monumentales, parajes naturales o un elemento monumental.

La pervivencia y supervivencia del patrimonio en sus múltiples dimensiones parte de la asimilación de este como un complejo sistema que se conforma de realidades vivas, donde la multifuncionalidad es una cuestión clave, especialmente cuando nos centramos en nuestros centros históricos, cargados de señas de identidad, cuya estructura, organización y morfología no queda exenta de notables dificultades para una gestión sostenible.

En el marco de este debate que ya se iniciara en pre-pandemia y que retoma con vistas a recobrar esa “nueva normalidad” son diversas las cuestiones que aún están abiertas: ¿Cuál es el papel de los sitios patrimoniales en las estructuras urbanas y los sistemas territoriales del siglo XXI? ¿Realmente nos enfrentamos a nuevas dimensiones del patrimonio en la sociedad global: territorio, paisaje, cultura, turismo y economía?

Son tiempos difíciles que reclaman la necesidad de nuevos modelos de pensar, planificar y gestionar los territorios patrimoniales. El paso del consumo y desarrollo turístico masivo, *Overtourism*, al controlado, reducido, equilibrado y realmente “sostenible”, *Undertourism*. Sin duda, la expresión que utilizara el

valorization of heritage, as advocated decades ago by the Charter of Cultural Tourism of ICOMOS (1999).

In a globalized world, territories and Heritage Sites act as icons; they are referents of natural and cultural values at the planetary level. Taking this premise into account, these spaces must not be fossilized but rather recognized as dynamic areas that need to assimilate various changes. Therefore, and focusing on the post-pandemic era to come, it is crucial that we rethink the binomial between conservation and use of heritage in these spaces, be they cities, complexes, natural landscapes, or a particular monumental element.

The persistence and survival of heritage in its multiple dimensions stems from its assimilation as a complex system composed of living realities where multifunctionality is key, especially in historic centers (freighted with signs of identity) whose structure, organization, and morphology are all subject to potential difficulties in sustainable management.

This debate began pre-pandemic and has been resumed with a view to adapting the ‘new normal’, and within its framework some questions remain open: What is the role of heritage sites within urban structures and territorial systems in the 21st century? Also, is our globalized society presenting us with new dimensions of heritage in terms of territory, landscape, culture, tourism, and economy?

These are difficult times that demand new modes of thinking, planning, and managing heritage territories. There is opportunity to pass from the development and consumption of mass tourism – *overtourism* – to a form that is reasonably controlled, reduced, balanced, and truly ‘sustainable’ – *undertourism*. An expression used by Professor Miguel Ángel Troitiño in the 1990s – “the tension of change” – is now acquiring special relevance.

profesor Miguel Ángel Troitiño en la década de los noventa del pasado siglo, “la tensión del cambio” adquiere especial relevancia en el momento que estamos atravesando.

Las experiencias del pasado advierten de la insostenibilidad del modelo, dónde el caso de Venecia, se convirtió en el paradigma del denominado “Overtourism”. Una ciudad con poco más de 50.000 habitantes, que en 2019, recibió más de 30 millones de visitantes, en la que pernoctaron del orden de los 11 millones de turistas, con una ratio de 222 visitantes/hab., y dónde, todos los impactos nocivos de una deficitaria planificación y gestión turística se han hecho visibles: superación de los límites de capacidad de carga medioambientales, sociales, físicos, turísticos, económicos, pérdida de multifuncionalidad derivado del fuerte proceso de turistificación vivido en las últimas décadas, procesos especulativos de índole inmobiliaria (alquileres turísticos, encarecimiento de precios...), problemas medioambientales, de conservación patrimonial, banalización, y uno de los más graves, pérdida y abandono de la ciudad de la población local. Todo ello derivó en el denominado “Síndrome de Venecia” que acuñara Andreas Pichler (2012) en el documental homónimo.

La gravedad del fenómeno y sus consecuencias obviamente no son exclusivas del caso italiano, sino que se han globalizado y están presentes en otros contextos urbanos, como es el caso de nuestras ciudades históricas; si bien, no con la misma magnitud que en Venecia, como lo demuestra la ratio visitante / llegadas de viajeros en establecimientos hoteleros (Encuesta de Ocupación Hotelera 2019, INE 2021) de las siguientes ciudades: Ávila 5,31; Mérida 4,46; Eivissa 8,35; Cáceres 2,95; Córdoba 2,98; Santiago de Compostela 8,08; Cuenca 3,66; Baeza 4,19; Úbeda 2,15; Alcalá de Henares 1,33; Salamanca 4,91; Segovia 5,92; Tarragona 1,60; y Toledo 6,98 (Grupo de Ciudades Patrimonio de la Humanidad GCPHE). Pero, no por ello, la realidad de los centros históricos españoles está exenta de conflictos y tensio-

Past experience warns of the unsustainability of the pre-pandemic model, where Venice became an exemplar of ‘overtourism’. This iconic city with just over 50,000 inhabitants received more than 30 million visitors in 2019, about 11 million of whom stayed overnight (a ratio of 222 visitors/inhabitant). Here all the harmful effects of poor tourism planning and management were starkly visible: exceeding the limits of physical, social, environmental, touristic, and even economic carrying-capacity; loss of multifunctionality, derived from strong touristification across recent decades; speculative trends in real estate (tourist rentals, rising prices); environmental challenges to heritage conservation; trivialization; and extreme loss and abandonment of the city by the local population. All this led to “Venice Syndrome”, so-called by Andreas Pichler (2012) in the homonymous documentary.

The gravity of this phenomenon and its consequences is clearly not exclusive to Italy but is now globalized and present in other urban contexts and historic cities, although perhaps not to the same extent as Venice (note the Spanish Group of World Heritage Cities’ visitor ratio – traveler arrivals and hotel occupancy per local inhabitant (INE 2021): Ávila 5.31; Mérida 4.46; Eivissa 8.35; Cáceres 2.95; Córdoba 2.98; Santiago de Compostela 8.08; Cuenca 3.66; Baeza 4.19; Úbeda 2.15; Alcalá de Henares 1.33; Salamanca 4.91; Segovia 5.92; Tarragona 1.60; and Toledo 6.98). Spanish historical centers have experienced conflict and tensions in seeking to control an activity that, until a few years ago, had virtually no limit, and that today has acquired a pejorative profile from the social perspective, giving rise to what has been called ‘tourismophobia’.

The ongoing pandemic is being seen as a turning-point worldwide, and this applies no less to tourist activity. The mistakes of the past should not be resumed, although much of the recent discourse with social impact has sought a return to the situation prior to the pandem-

nes para controlar una actividad que, hasta hace pocos años, apenas tenía coto, y que hoy en día ha incorporado una lectura peyorativa desde el punto de vista social, surgiendo la llamada turismofobia.

La pandemia ha supuesto un punto de inflexión a nivel mundial, y por supuesto, en lo que respecta a la actividad turística. Esos errores del pasado no deberían volver a darse, si bien, hasta el momento, el discurso que cala socialmente es recuperar la situación previa a la pandemia. ¿Hablamos nuevamente de cantidad frente calidad y sostenibilidad, por tanto, de cifras, que en el caso de España, y el turismo internacional rondó los 84 millones? ¿Seguiremos apostando por superar año tras año datos de récord, o de lo contrario es real la preocupación por controlar y cambiar el modelo de desarrollo turístico vigente?

En esa dialéctica se hace necesario definir nuevas estrategias de actuación extraídas de procesos de planificación integrales e integradores que incorporen las relaciones e interdependencias existentes entre los territorios, el patrimonio y la actividad turística. Para ello, ha de ser real el diálogo entre los agentes implicados, y que las decisiones que se tomen reflejen el control social y local de este cambio que se está reclamando. En este sentido, una cuestión importante es que esos planes de acción o medidas definidas conecten las dimensiones territoriales, urbanísticas, paisajísticas, arquitectónicas, económicas y sociales presentes en los destinos. La movilización de ese patrimonio territorial requiere de nuevos instrumentos de análisis y unidades de gestión, que asuman la responsabilidad y el compromiso de resolver las debilidades funcionales del ordenamiento urbanístico, territorial y medioambiental hasta el momento detectadas en la práctica totalidad de nuestras ciudades. Superando de esta manera los desencuentros entre las administraciones con competencias en la gestión urbana, cultural/patrimonial, medioambiental y turística.

ic. Shall we return to debates around quantity versus quality and sustainability (when international tourism to Spain approached 84 million)? Will we again hope to achieve a new record, year after year, or will growing concerns lead to control and change of the existing tourism development model?

In this dialectic, we must define new strategies for action extracted from comprehensive and integrating processes that incorporate the relationships and interdependencies between territories, heritage, and tourism. Dialogue among the relevant agents must be real, and decisions made must reflect social and local control over necessary changes. Importantly, such action plans or defined measures must connect all the dimensions present in a given destination: territorial, urban, landscape, architectural, economic, and social. The mobilization around territorial heritage requires new instruments for analysis and units for management that can assume responsibility and commit to strengthening the functional weaknesses of urban, territorial, and environmental planning which have affected practically all of our cities to the present day. Disagreements among administrations with responsibilities in urban, cultural/heritage, environmental, and tourist management must be overcome.

The pandemic has undoubtedly provided time for reflection, but now is the time to act and meet the challenge of sustainability, achieving a balance between tourism and the urban, economic, and social reality of cities. This objective, long prescribed, derives from the need to interpret and act with an integrating mindset, assimilating the transversality of heritage, tourism, and territory. Past experience in the face of uncontrolled quantitative growth led the agents involved (public, private, local society) to seek out qualitative strategies, with many negative effects. Alliances must be forged that can address the many individual interests while solving problems rather than exacerbating them.

Innovation in planning and management of tourism, culture, and heritage is required

Sin duda es buen momento para reflexionar, pero fundamentalmente, para actuar y superar el reto de la sostenibilidad, logrando la inserción equilibrada del turismo en la realidad urbana, económica y social de las ciudades. Este objetivo, anhelado desde años, parte de la necesidad de interpretar e intervenir desde una perspectiva integradora y asimilar la transversalidad del patrimonio, del turismo y del paisaje. La experiencia previa ha de hacer apostar a los agentes implicados, públicos, privados, sociedad local, por estrategias cualitativas frente a crecimientos cuantitativos incontrolados que tantos efectos negativos han tenido. En este sentido, hay que buscar alianzas, que aun teniendo presentes los diferentes intereses individuales, abogue por resolver problemas, y no acrecentarlos.

Es preciso innovar en la planificación y gestión turística, cultural, patrimonial incorporando, o afianzando nuevos mecanismos de control, aun siendo polémicos, reducción de aforos, limitación de visitas, distribución de los flujos, etc., todo ello entendido como herramientas de gestión necesarias para la conservación de nuestras ciudades y su patrimonio.

Alcanzar estas metas no resulta sencillo, y obviamente, los resultados no serán inmediatos, pero superar estos retos dependerá del liderazgo institucional, de la implicación empresarial, y fundamentalmente, del protagonismo local y participación social.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

BLANCO ROMERO, A., BLÁZQUEZ SALOM, M., CALLE VAQUERO, M. DE LA, FERNÁNDEZ TABALES, A., GARCÍA HERNÁNDEZ, M., LOIS GONZÁLEZ, R. C., MÍNGUEZ GARCÍA, M. C., NAVALÓN GARCÍA, R., NAVARRO JURADO, E., TROITIÑO TORRALBA, L. (2020). *Diccionario de turismo*. Cátedra. Madrid. ISBN 978-84-376-4200-0

to incorporate or strengthen new control mechanisms; even when these are controversial (reducing capacities, limiting visits, distributing flows, etc.), all may be necessary tools in the conservation of our cities and their heritage.

Achieving these goals will not be easy, and no results will be immediate, but meeting these challenges will depend on institutional leadership, business involvement, and (fundamentally) local prominence and social participation.

BIBLIOGRAPHIC REFERENCES

BLANCO ROMERO, A., BLÁZQUEZ SALOM, M., CALLE VAQUERO, M., FERNÁNDEZ TABALES, A., GARCÍA HERNÁNDEZ, M., LOIS GONZÁLEZ, R. C., MÍNGUEZ GARCÍA, M. C., NAVALÓN GARCÍA, R., NAVARRO JURADO, E. & TROITIÑO TORRALBA, L. (2020). *Diccionario de turismo*. Cátedra. Madrid. ISBN 978-84-376-4200-0

CALLE VAQUERO, M., GARCÍA-HERNÁNDEZ, M. Y MENDOZA DE MIGUEL, S. (2021). "Urban Planning Regulations for Tourism in the Context of Overtourism. Applications in Historic Centres". *Sustainability*, 13, 70. <https://doi.org/10.3390/su13010070>

CALLE VAQUERO, M. (2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2829, 1-40. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2829>

PONS, G.X., BLANCO-ROMERO, A., NAVALÓN-GARCÍA, R., TROITIÑO-TORRALBA, L. & BLÁZQUEZ-SALOM, M. (Eds.) (2020). *Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism*. Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 31: 610 pp. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).

FLETCHER, R., MURAY, I., BLANCO-ROMERO, A. & BLÁZQUEZ-SALOM, M. (2019) Tourism and degrowth: an emerging agenda for research and praxis. *Journal*

- CALLE-VAQUERO, M. DE LA; GARCÍA-HERNÁNDEZ, M. Y MENDOZA DE MIGUEL, S. (2021). "Urban Planning Regulations for Tourism in the Context of Overtourism. Applications in Historic Centres". *Sustainability*, 13, 70. <https://doi.org/10.3390/su13010070>
- CALLE VAQUERO, M. DE LA. (2019). Turistificación de centros urbanos: clarificando el debate. *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 83, 2829, 1-40. <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2829>
- FLETCHER, R., MURAY, I., BLANCO-ROMERO, A. Y BLÁZQUEZ-SALOM, M. (2019) Tourism and degrowth: an emerging agenda for research and praxis. *Journal of Sustainable Tourism*, 27:12, 1745-1763, DOI: 10.1080/09669582.2019.1679822
- PONS, G.X., BLANCO-ROMERO, A., NAVALÓN-GARCÍA, R., TROITIÑO-TORRALBA, L. Y BLÁZQUEZ-SALOM, M. -eds.-. (2020). Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism. *Mon. Soc. Hist. Nat. Balears*, 31: 610 pp. ISBN 978-84-09-22881-2. Palma (Illes Balears).
- TROITIÑO VINUESA, M. A. Y TROITIÑO TORRALBA, L. (2019). "Ciudades Patrimoniales y Turismo: Una interpretación de la experiencia española". *Revista do Património*, 39. Instituto do Património Histórico e Artístico Nacional. Brasil, 129-155.
- TROITIÑO VINUESA, M. A. Y TROITIÑO TORRALBA, L. (2018). "Visión territorial del patrimonio y sostenibilidad del turismo". *Boletín de la Asociación de Geógrafos Españoles*, 78, 212-244. doi: <http://dx.doi.org/10.21138/bage.2716>
- TROITIÑO VINUESA, M. A. (2018). "Las Ciudades Patrimonio de la Humanidad de España: El Desafío de Construir Destinos Turísticos Sostenibles en Clave Patrimonial". *Estudios Turísticos*, 216, 27-54.
- TROITIÑO VINUESA, M.A & TROITIÑO TORRALBA, L. (2016). "Patrimonio y turismo: reflexión teórico conceptual y una propuesta metodológica integradora aplicada al municipio de Carmona (Sevilla, España)". *Scripta Nova*, Vol XX, núm. 543 (1 de septiembre de 2016). ISSN: 1138-9788.
- TROITIÑO VINUESA, M.A. & TROITIÑO TORRALBA, L. (2010). "Patrimonio y Turismo: una complementariedad necesaria en un contexto de uso responsable del patrimonio y cualificación de la visita". *Patrimonio Cultural de España*, nº 3, 89-108. NIPO: 030-12-075-1
- TROITIÑO VINUESA, M.A. (2000). "Turismo y ciudades históricas: retos y oportunidades". *Turismo y Patrimonio*, 1/2000, 27-34. ISSN: 1680-9556
- TROITIÑO VINUESA, M.A. (1995). "El turismo en las ciudades históricas". *Polígonos. Revista de Geografía*, nº 5, 49-65. ISSN: 1132-1202
- of Sustainable Tourism, 27:12, 1745-1763, DOI: 10.1080/09669582.2019.1679822
- TROITIÑO VINUESA, M.A. & TROITIÑO TORRALBA, L. (2019). "Ciudades Patrimoniales y Turismo: Una interpretación de la experiencia española". *Revista do Património*, 39. Instituto do Património Histórico e Artístico Nacional. Brasil, 129-155.

España)". *Scripta Nova*, Vol XX, núm. 543
(1 de septiembre de 2016). ISSN: 1138-9788.

TROITIÑO VINUESA, M.A. y TROITIÑO
TORRALBA, L. (2010). "Patrimonio y Turismo:
una complementariedad necesaria en un
contexto de uso responsable del patrimonio y
cualificación de la visita". *Patrimonio Cultural
de España*, nº 3, 89-108. NIPO: 030-12-075-1

TROITIÑO VINUESA, M. A. (2000). "Turismo
y ciudades históricas: retos y oportunidades".
Turismo y Patrimonio, 1/2000, 27-34.
ISSN: 1680-9556

TROITIÑO VINUESA, M. A. (1995). "El
turismo en las ciudades históricas". *Polígonos.
Revista de Geografía*, nº 5, 49-65. ISSN:
1132-1202

La intensidad turística en las ciudades españolas medias y pequeñas. Presentación de resultados

Carmen Hidalgo Giralt

Departamento de Geografía de la Universidad Autónoma de Madrid
ORCID ID: 0000-0001-5201-5536

Antonio Palacios García

Departamento de Geografía de la Universidad Autónoma de Madrid
ORCID ID: 0000-0001-6225-790X

El objetivo principal de este documento consiste en presentar los resultados más relevantes del proyecto CYTES relacionados con la intensidad turística en las ciudades españolas medias y pequeñas. Para ello, se ha estructurado el texto en tres grandes líneas de análisis: “Turismo cultural en el proyecto CYTES”; “Producción científica relacionada con el turismo”; y, finalmente, “Producción científica relacionada con la intensidad turística en las ciudades españolas medias y pequeñas”. Una reflexión cierra esta exposición junto con un listado básico de referencias bibliográficas.

1. TURISMO CULTURAL EN EL PROYECTO CYTES

Como se recoge en la memoria científica, el proyecto CYTES presta atención al turismo cultural atendiendo a tres puntos esenciales:

- Algunos autores consideran el turismo cultural como una industria creativa en sí misma;

Tourist intensity in medium and small Spanish cities. Presentation of results

Carmen Hidalgo Giralt

Departamento de Geografía de la Universidad Autónoma de Madrid
ORCID ID: 0000-0001-5201-5536

Antonio Palacios García

Departamento de Geografía de la Universidad Autónoma de Madrid
ORCID ID: 0000-0001-6225-790X

The principal objective of this section is to present the most relevant results of the CYTES project related to tourism intensity in medium and small Spanish cities. To this end, the text has been structured into three main lines of analysis: Cultural tourism in the CYTES project; Scientific production related to tourism; and Scientific production related to tourist intensity in medium and small Spanish cities. The overview concludes with some general reflections along with a basic list of bibliographical references.

1. CULTURAL TOURISM IN THE CYTES PROJECT

As stated in the scientific report, the CYTES project examines the concept of cultural tourism, pointing to three essential factors:

- Some authors consider cultural tourism as a creative industry in itself;
- Creative industries, interpreted as a tourist resource, are incorporated into new strategies for urban development;

- Las industrias creativas, interpretadas como recurso turístico, se incorporan a las nuevas estrategias de desarrollo urbano;
- La conexión entre patrimonio, cultura urbana, territorio y turismo ha supuesto una oportunidad de desarrollo para las ciudades.

Estos aspectos han sido trabajados desde una perspectiva crítica atendiendo especialmente a los impactos generados por la intensidad turística en las ciudades medias y pequeñas españolas.

2. PRODUCCIÓN CIENTÍFICA DEL CYTES RELACIONADA CON EL TURISMO

Se han publicado cinco estudios relacionados con el turismo que, aunque adyacentes al tema principal de investigación, complementan la bibliografía del proyecto desde una perspectiva amplia:

- Hidalgo, C. y Palacios, A. (2018). Los espacios culturales de origen industrial de Copenhague. Un análisis de su operatividad turística a través de indicadores. En Somoza, X. (Coord.). *De lugar geográfico a destino turístico*. AGE y Universidad de León, León, 397-405.
- Hidalgo, C., Palacios, A. y Fernández, V. (2018). La operatividad turística de los espacios culturales de origen industrial en Madrid. Un análisis de la oferta turística potencial mediante indicadores. *Cuadernos de Turismo*, 41, 295-321. DOI: <https://doi.org/10.6018/turismo.41.327041>.
- Hidalgo, C.; Palacios, A. y Barrado, D. (2018). El Observatorio de turismo emisor de España (OBSERVATUR). Una iniciativa de colaboración universidad-empresa en el ámbito del conocimiento turístico. En Río Fernandes, J. et al. (Coord.). *La Península Ibérica en el mundo: problemas y desafíos para una intervención activa de la*

- Connections between heritage, urban culture, territory, and tourism have provided a development opportunity for cities.

These aspects have been considered from a critical perspective, with special attention paid to impacts generated by tourist intensity in medium and small Spanish cities.

2. SCIENTIFIC PRODUCTION OF CYTES RELATED TO TOURISM

Five studies related to tourism have been published that, while perhaps adjacent to the main research topic, complement the project bibliography from a broad perspective:

- Hidalgo, C. & Palacios, A. (2018). Los espacios culturales de origen industrial de Copenhague. Un análisis de su operatividad turística a través de indicadores. En Somoza, X. (Coord.). *De lugar geográfico a destino turístico*. AGE y Universidad de León, León, 397-405.
- Hidalgo, C., Palacios, A. & Fernández, V. (2018). La operatividad turística de los espacios culturales de origen industrial en Madrid. Un análisis de la oferta turística potencial mediante indicadores. *Cuadernos de Turismo*, 41, 295-321. DOI: <https://doi.org/10.6018/turismo.41.327041>.
- Hidalgo, C.; Palacios, A. & Barrado, D. (2018). El Observatorio de turismo emisor de España (OBSERVATUR). Una iniciativa de colaboración universidad-empresa en el ámbito del conocimiento turístico. En Río Fernandes, J. et al. (Coord.). *La Península Ibérica en el mundo: problemas y desafíos para una intervención activa de la Geografía*, Centro de Estudios Geográficos da Universidade de Lisboa, Lisboa, 804-812.
- Hidalgo Giralt, C.; Palacios García, A. & Palazón Botella, M.^a D. (2019). Los espacios culturales de origen industrial de Bruselas: Un análisis de su operatividad turística a través de

Geografía, Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa, Lisboa, 804-812.

- Hidalgo Giralt, C.; Palacios García, A. y Palazón Botella, M.^a D. (2019). Los espacios culturales de origen industrial de Bruselas: Un análisis de su operatividad turística a través de indicadores. En CICEES. Resiliencia, innovación y sostenibilidad en el Patrimonio Industrial. INCUNA: Gijón (Asturias), 677-686.
- Hidalgo-Giralt, C.; Palacios-García, A.; Barrado-Timón, D.; Rodríguez-Esteban, J. (2021). Urban industrial tourism: cultural sustainability as a tool for confronting overtourism—Cases of Madrid, Brussels, and Copenhagen. *Sustainability*, 13(9): 4694. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13094694>.
- indicadores. En CICEES. Resiliencia, innovación y sostenibilidad en el Patrimonio Industrial. INCUNA: Gijón (Asturias), 677-686.
- Hidalgo-Giralt, C.; Palacios-García, A.; Barrado-Timón, D.; Rodríguez-Esteban, J. (2021). Urban industrial tourism: cultural sustainability as a tool for confronting overtourism—Cases of Madrid, Brussels, and Copenhagen. *Sustainability*, 13(9): 4694. DOI: <https://doi.org/10.3390/su13094694>.

Of all these, we would highlight the publication by Hidalgo-Giralt, Palacios-García, Barrado-Timón and Rodríguez-Esteban (2021), in which the authors analyze how new urban cultural resources such as industrial heritage can be used to address problems of tourist saturation in three cities viewed as average in international terms: Madrid, Brussels, and Copenhagen.

De todos ellos, destaca la publicación Hidalgo-Giralt, Palacios-García, Barrado-Timón y Rodríguez-Esteban (2021), en la que los autores analizan cómo se pueden utilizar nuevos recursos culturales urbanos, como es el caso del patrimonio industrial, para abordar los problemas de saturación turística en tres ciudades, consideradas medias a escala internacional: Madrid, Bruselas y Copenhague.

3. PRODUCCIÓN CIENTÍFICA RELACIONADA CON LA INTENSIDAD TURÍSTICA EN LAS CIUDADES ESPAÑOLAS MEDIAS Y PEQUEÑAS

Respecto a esta línea de investigación, se han analizado dos temáticas relacionadas con las ciudades medias y pequeñas españolas y el turismo. Por un lado, la intensidad turística, concretamente, la llegada de turistas internacionales con motivación cultural. Y, por otro lado, la transformación de los espacios culturales en los centros históricos

de las ciudades, tomando como laboratorio el caso concreto de Toledo.

Por el momento, se han publicado cuatro estudios sobre intensidad turística en ciudades medias y pequeñas españolas y dos más se encuentran en proceso de publicación:

- Hidalgo, C.; Maene, C. (2017): "The Nature of Spain's International Cultural Tourism throughout the Economic Crisis (2008–2016): A Macroeconomic Analysis of Tourist Arrivals and Spending Economies, 5, nº 2:32;
- Hidalgo, C.; Palacios, A. (2018): Inbound cultural tourism behavior during the economic crisis in Spain. A comparative study of middle cities: Ávila (Castilla y León) and Alcalá de Henares (Madrid region);
- Hidalgo, C.; Palacios, A.; Barrado, D. (2020): "El comportamiento del turismo internacional con motivación cultural. El caso de las ciudades medias y pequeñas españolas ¿overtourism? ¿undertourism?". En PONS, G. et al. (Eds.): *Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism*, Monografías de la Societat d'Història Natural de les Balears, nº 31, pp. 392-404;
- Palacios-García, A.; Hidalgo-Giralt, C.; Narvaez, C. (2020): "Transformaciones en los equipamientos culturales vinculadas a la gentrificación y la turistificación. Diferencias y similitudes entre ciudades grandes y medias". En FARINÓS, J. (Coord.): *Desafíos y oportunidades de un mundo en transición. Una interpretación desde la Geografía*, Universitat de Valencia y Tirant lo Blanch, Valencia, pp. 649-662;
- Hidalgo, C.; Palacios, A.; Barrado, D. (2021): Tourist intensity in medium and small Spanish cities. Myth or reality? An urban tourism research using quantitative indicators. (En proceso de publicación);

3. SCIENTIFIC PRODUCTION RELATED TO TOURIST INTENSITY IN MEDIUM AND SMALL SPANISH CITIES

With respect to this line of research, two topics relating to tourism and to small and medium-sized cities in Spain have been analyzed. The first is tourist intensity, specifically the arrival of culturally motivated international tourists. Second is the transformation of cultural spaces within historic city centers, taking the specific case of Toledo as a laboratory.

At present, four studies on tourism intensity in medium and small Spanish cities have been published, while two others are in the process of being published:

- Hidalgo, C. & Maene, C. (2017): "The Nature of Spain's International Cultural Tourism throughout the Economic Crisis (2008–2016): A Macroeconomic Analysis of Tourist Arrivals and Spending. *Economies*, 5, nº 2:32;
- Hidalgo, C. & Palacios, A. (2018): "Inbound cultural tourism behavior during the economic crisis in Spain. A comparative study of middle cities: Ávila (Castilla y León) and Alcalá de Henares (Madrid region)";
- Hidalgo, C., Palacios, A. & Barrado, D. (2020): "El comportamiento del turismo internacional con motivación cultural. El caso de las ciudades medias y pequeñas españolas ¿overtourism? ¿undertourism?". In PONS, G. et al. (Eds.): *Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism*, Monografías de la Societat d'Història Natural de les Balears, nº 31, pp. 392-404;
- Palacios-García, A., Hidalgo-Giralt, C. & Narvaez, C. (2020): "Transformaciones en los equipamientos culturales vinculadas a la gentrificación y la turistificación. Diferencias y similitudes entre ciudades grandes y medias". In FARINÓS, J. (Coord.): *Desafíos*

- Palacios-García, A.; Hidalgo-Giralt, C.; Vallina, A. (2021): “La gentrificación y los equipamientos culturales de Lavapiés. ¿Merece la pena ser un barrio cool? XVII Congreso de la AGE (Laguna) (En proceso de publicación).

4. UNA VALORACIÓN GENERAL

Los resultados de la investigación muestran que, en las últimas décadas, se ha generado un incremento muy significativo de los flujos turísticos nacionales e internacionales en las ciudades medias y pequeñas españolas analizadas. Este incremento de los flujos turísticos ha propiciado un aumento de la intensidad turística en este tipo de ciudades provocando una serie de impactos que han sido objeto de investigación de este proyecto. De ellos, dos han sido considerados principales:

- La concentración de los turistas en determinadas zonas de las ciudades o en atractivos turísticos muy concretos de los centros históricos. En este caso el proyecto propone la utilización de nuevos recursos turísticos para afrontar la saturación turística, como es el caso del patrimonio industrial;
- Las transformaciones de los equipamientos culturales en los centros históricos de las ciudades. En este sentido, Toledo resulta un caso muy representativo del fenómeno pues los resultados manifiestan cómo los equipamientos culturales de su casco se orientan en su mayoría a los turistas y no a la población local.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

HIDALGO, C., y PALACIOS, A. (2018): “Los espacios culturales de origen industrial de Copenhague. Un análisis de su representatividad turística a través de indicadores” De lugar geográfico a destino turístico. Análisis, planificación y gestión de los procesos de cambio generados por el turismo, pp.397-405.

y oportunidades de un mundo en transición. Una interpretación desde la Geografía, Universitat de Valencia y Tirant lo Blanch, Valencia, pp. 649-662;

- Hidalgo, C., Palacios, A. & Barrado, D. (2021): “Tourist intensity in medium and small Spanish cities. Myth or reality? An urban tourism research project using quantitative indicators.” (in process of publication);
- Palacios-García, A., Hidalgo-Giralt, C. & Vallina, A. (2021): “La gentrificación y los equipamientos culturales de Lavapiés. ¿Merece la pena ser un barrio cool?” XVII Congreso de la AGE (Laguna) (in process of publication).

4. OVERALL ASSESSMENT

The research results indicate that in recent decades, the increase in both national and international tourist flows to the analyzed medium and small Spanish cities has been significant. This increase in flows has led to increased tourist intensity in this scale of city, causing a series of impacts that were the subject of investigation in this project. Of these, two are considered paramount:

- The concentration of tourists into certain areas of cities or around very specific tourist attractions within historic centers. Here the project proposes the use of new resources (such as sites of industrial heritage) to deal with this saturation;
- Transformations of cultural facilities within the historical centers of the cities. Here Toledo offers a very representative case, with results showing how the cultural facilities in the city center are aimed mostly at tourists (and not at the local population).

BIBLIOGRAPHIC REFERENCES

HIDALGO, C. & PALACIOS, A. (2018): “Los espacios culturales de origen industrial de Copenhague. Un análisis de su representa-

- HIDALGO, C., PALACIOS, A. y FERNÁNDEZ, V. (2018): “La operatividad turística de los espacios culturales de origen industrial en Madrid. Un análisis de la oferta turística potencial mediante indicadores” *Cuadernos de Turismo*, nº 41. pp. 295-321
- HIDALGO, C., PALACIOS, A., y BARRADO, D. (2018): “El Observatorio de Turismo Emisor de España (OBSERVATUR). Una iniciativa de colaboración universidad-empresa en el ámbito del conocimiento turístico” Publicación/volumen/páginas/: XVI Coloquio Ibérico de Geografía, Lisboa, pp. 804-812.
- HIDALGO GIRALT, C.; PALACIOS GARCÍA, A. J.; y PALAZÓN BOTELLA, M.^a D. (2019) Título: Los espacios culturales de origen industrial de Bruselas: Un análisis de su operatividad turística a través de indicadores. Resiliencia, innovación y sostenibilidad en el Patrimonio Industrial. Centro de Iniciativas Culturales y Sociales, CICEES, 2019. pp. 677-686.
- HIDALGO-GIRALT, C.; PALACIOS-GARCÍA, A.; BARRADO-TIMÓN, D.; RODRÍGUEZ-ESTEBAN, J. (2021): “Urban Industrial Tourism: Cultural Sustainability as a Tool for Confronting Overtourism—Cases of Madrid, Brussels, and Copenhagen”, *Sustainability*, 13(9): 4694.
- HIDALGO, C.; MAENE, C. (2017): “The Nature of Spain’s International Cultural Tourism throughout the Economic Crisis (2008–2016): A Macroeconomic Analysis of Tourist Arrivals and Spending Economies, 5, nº 2:32.
- HIDALGO, C.; PALACIOS, A. (2018): Inbound cultural tourism behavior during the economic crisis in Spain. A comparative study of middle cities: Ávila (Castilla y León) and Alcalá de Henares (Madrid region).
- HIDALGO, C., PALACIOS, A., y BARRADO, D. (2020): “El comportamiento del turismo internacional con motivación cultural. El caso de las ciudades medias y pequeñas españolas ¿overtourism? ¿under-
- tividad turística a través de indicadores”. De lugar geográfico a destino turístico. Análisis, planificación y gestión de los procesos de cambio generados por el turismo, pp. 397-405.
- HIDALGO, C., PALACIOS, A. & FERNÁNDEZ, V. (2018): “La operatividad turística de los espacios culturales de origen industrial en Madrid. Un análisis de la oferta turística potencial mediante indicadores”. *Cuadernos de Turismo*, nº 41. pp. 295-321
- HIDALGO, C., PALACIOS, A. & BARRADO, D. (2018): “El Observatorio de Turismo Emisor de España (OBSERVATUR). Una iniciativa de colaboración universidad-empresa en el ámbito del conocimiento turístico”. Publicación/volumen/páginas/: XVI Coloquio Ibérico de Geografía, Lisboa, pp. 804-812.
- HIDALGO GIRALT, C., PALACIOS GARCÍA, A. J. & PALAZÓN BOTELLA, M.^a D. (2019) “Los espacios culturales de origen industrial de Bruselas: Un análisis de su operatividad turística a través de indicadores”. Resiliencia, innovación y sostenibilidad en el Patrimonio Industrial. Centro de Iniciativas Culturales y Sociales, CICEES, 2019. pp. 677-686.
- HIDALGO-GIRALT, C.; PALACIOS-GARCÍA, A.; BARRADO-TIMÓN, D.; RODRÍGUEZ-ESTEBAN, J. (2021): “Urban Industrial Tourism: Cultural Sustainability as a Tool for Confronting Overtourism—Cases of Madrid, Brussels, and Copenhagen”, *Sustainability*, 13(9): 4694.
- HIDALGO, C. & MAENE, C. (2017): “The Nature of Spain’s International Cultural Tourism throughout the Economic Crisis (2008–2016): A Macroeconomic Analysis of Tourist Arrivals and Spending. *Economies*, 5, nº 2:32.
- HIDALGO, C. & PALACIOS, A. (2018): “Inbound cultural tourism behavior during the economic crisis in Spain. A comparative study of middle cities: Ávila (Castilla y León) and Alcalá de Henares (Madrid region)”.
- HIDALGO, C., PALACIOS, A. & BARRADO, D. (2020): “El comportamiento del turismo internacional con motivación cultural. El caso de las ciudades medias y pequeñas españolas ¿overtourism? ¿undertourism?”. In

tourism?”. En PONS, G. et al. (Eds.): *Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism*, Monografías de la Societat d’Història Natural de les Balears, nº 31, pp. 392-404.

PALACIOS-GARCÍA, A.; HIDALGO-GIRALT, C.; NARVAEZ, C. (2020): “Transformaciones en los equipamientos culturales vinculadas a la gentrificación y la turistificación. Diferencias y similitudes entre ciudades grandes y medias”. En FARINÓS, J. (Coord.): *Desafíos y oportunidades de un mundo en transición. Una interpretación desde la Geografía*, Universitat de Valencia y Tirant lo Blanch, Valencia, pp. 649-662.

PONS, G. et al (Eds.): *Sostenibilidad Turística: overtourism vs undertourism*, Monografías de la Societat d’Història Natural de les Balears, nº 31, pp. 392-404.

PALACIOS-GARCÍA, A., HIDALGO-GIRALT, C. & NARVAEZ, C. (2020): “Transformaciones en los equipamientos culturales vinculadas a la gentrificación y la turistificación. Diferencias y similitudes entre ciudades grandes y medias”. In FARINÓS, J. (Coord.): *Desafíos y oportunidades de un mundo en transición. Una interpretación desde la Geografía*, Universitat de Valencia y Tirant lo Blanch, Valencia, pp. 649-662.

Los festivales de música en ciudades medias y pequeñas: entre la identidad, el desarrollo y la festivalización

Carmen Vázquez Varela

Departamento de Geografía y ordenación del territorio de la Universidad de Castilla La Mancha

ORCID ID: 0000-0003-4647-9435

Music festivals in medium-sized and small cities: between identity, development, and festivalization

Carmen Vázquez Varela

Departamento de Geografía y ordenación del territorio de la Universidad de Castilla La Mancha

ORCID ID: 0000-0003-4647-9435

EL PAPEL DE LOS FESTIVALES DE MÚSICA EN EL CONTEXTO DE LA ECONOMÍA DE LA CULTURA EN ESPACIOS URBANOS: A MODO DE INTRODUCCIÓN

La apuesta por la cultura en entornos urbanos utiliza múltiples estrategias que aspiran a impulsar las ciudades no solo en el ámbito cultural y creativo, sino también en sectores como el turismo o el comercio. Y, si aceptamos los resultados del estudio realizado por varios investigadores de este mismo proyecto para 81 ciudades españolas entre 50.000 y 100.000 habitantes, la cultura favorece el desarrollo local (Escalona-Orcao et al., 2021).

Eso mismo parece desprenderse de procesos y políticas en lugares tan lejanos y dispares como Detroit, la antigua meca industrial de los Estados Unidos atrapada en una espiral de decadencia y ruina, donde la innovación, el comercio y las industrias culturales y creativas están ayudando a revitalizar la ciudad. Sólo a título de ejemplo, se espera que en dos años se habrá completado la tercera fase de la reforma de una de las grandes atracciones turísticas de Detroit, el museo Motown, un espacio cultural inte-

AN INTRODUCTION TO THE ROLE OF MUSIC FESTIVALS IN THE CONTEXT OF THE CULTURE ECONOMY IN URBAN SPACES

The commitment to culture in urban environments employs multiple strategies that seek to promote cities not only in the cultural and creative sphere, but also in sectors such as tourism or commerce. According to the results of a study carried out by researchers from this project for a sample of 81 Spanish cities with between 50,000 and 100,000 inhabitants, culture favors local development (Escalona-Orcao *et al.*, 2021).

The same seems to be true of policies and processes in cities as distinct and distant as Detroit – America’s former industrial mecca, long trapped in a spiral of decline and ruin – where innovation, trade, and cultural and creative industries are helping to revitalize the city. By way of example, it is expected that the third phase of renovation will soon be completed in one of Detroit’s great tourist attractions: the Motown museum, an interactive cultural space occupying the old recording studios of the legendary record company of the same name. Also

ractivo que ocupa los antiguos estudios de grabación de la legendaria discográfica Tamla-Motown, impulsora del soul, “el sonido de la joven América”, el sello que lanzó las carreras de iconos de la música popular afroamericana como Marvin Gaye, Diana Ross, Stevie Wonder, Smokey Robinson o Martha & the Vandellas.

O, mucho más cerca, la carrera desencadenada entre distintas ciudades europeas por ser designada Capital Europea de la Cultura. En el país vecino diez urbes portuguesas compiten para ser Capital Europea de la Cultura en 2027, entre ellas Évora, la capital del Alentejo, ha tomado como hilo conductor el patrimonio cultural inmaterial y, más concretamente la música, en su capacidad de preservar las historias vividas por sus pueblos y transmitir las de generación en generación. El festival Imaterial ha celebrado en 2021 su primera edición con vocación de continuidad anual y también de ampliar su ámbito de actuación descentralizándose a otras localidades alentejanas.

Parece, pues, evidente que la música, y más concretamente los festivales de música, cuyo crecimiento y dinamismo exceden con creces los de otros sectores de la economía de la cultura, constituye un interesante y aún no suficientemente analizado objeto de investigación en relación con su ubicación en ciudades medias y pequeñas.

Convendría comenzar, no obstante, por recordar la definición de Festival. Como señala acertadamente Waldemar Cudny, existen muchas definiciones de festival, formuladas en diferentes momentos y por diferentes disciplinas científicas. Esto se debe a que los investigadores abordan el fenómeno de los festivales de diversas maneras (Cudny, 2014). En la bibliografía antropológica, el festival es un ritual público de interpretación; una verdadera “carnavalización” en la que los miembros de la comunidad participan (re)afirmando y celebrando los lazos sociales (religiosos, étnicos, nacionales, lingüísticos e históricos), una relación entre la ontogénesis de los valores imperantes y su proyección en el futuro social

known as Tamla Motown, promoter of soul music (“the sound of young America”), this label launched the careers of many African-American icons of popular music including Marvin Gaye, Diana Ross, Stevie Wonder, Smokey Robinson, and Martha & the Vandellas.

Much closer to Spain, a race is underway between various European cities vying to be designated a European Capital of Culture. In neighboring Portugal, ten cities are competing for this title for 2027, among them Évora, capital of the Alentejo region, which has taken as its common thread intangible cultural heritage (specifically, music) for its ability to preserve stories lived by the local people and transmitted from generation to generation. The Imaterial Festival celebrated its first edition in 2021 with the hope of becoming an annual event and expanding its scope by decentralizing to other towns around Alentejo.

It seems evident that music – and specifically music festivals, whose dynamism far exceeds that of other sectors of the culture economy – constitutes an interesting but as yet insufficiently analyzed object of research in relation to its location in medium and small cities.

It seems convenient to begin with the standard definition of a ‘Festival’. As Waldemar Cudny rightly remarks, there have been many definitions of this concept over time posited by different scientific disciplines, because researchers have approached the phenomenon of festivals in various ways (Cudny, 2014). In the anthropological literature, a festival is a public ritual of performance – a true “carnivalization” in which members of the community participate by (re)affirming and celebrating social ties (religious, ethnic, national, linguistic, and historical), underlining a relationship between the ontogenesis of prevailing values and their projection into the social future (Bennett *et al*, 2014). In the words of ethnologist Owe Ronström, this is about celebration – a suspension of ordinary life with a focus on

(Bennett et al., 2014). En palabras del etnólogo Owe Ronström se trata de una celebración, una suspensión de la vida ordinaria, con un enfoque en formas de expresión como la comida, la bebida, una indumentaria singular, el teatro, la música, la danza, el cine y también, a menudo, con un componente espiritual distintivo (Ronström, 2016).

Hoy en día, afirma Guerra (2016), después de Woodstock, el festival de música tiene una función similar, la de reflejar una manifestación de las identidades y el estilo de vida de los jóvenes (aunque no se limita a ello). Los festivales constituyen así la expresión de una tensión dinámica (fragmentación frente a globalización, movilidad frente a comunidad, pertenencia frente a anonimato) en la construcción identitaria y cultural en el siglo XXI. Así, el festival es una representación potencial del espacio-tiempo (Guerra, 2016: 40).

La cuestión identitaria también ha estado presente en la investigación reciente sobre festivales a escala europea. El “Euro-Festival Project”, cuyo objetivo era examinar el papel de los festivales como lugares de identificaciones transnacionales y debate democrático, nos proporciona la siguiente definición: un festival es la manifestación a través de la cual una sociedad o grupo hace patente la conciencia de su propia identidad y su determinación de preservarla (Segal y Giorgi, 2009). Lo que no impide que, en ocasiones, tengan una clara finalidad económico-turística. En este sentido, Uysal y Gitleson ya definían los festivales como “eventos tradicionales escenificados para aumentar el atractivo turístico para los visitantes potenciales” (Uysal y Gitleson, 1994: 3).

Abundando en este sentido, si sumamos todos los argumentos por los que tanto los políticos como los técnicos locales estarían dispuestos a justificar el apoyo oficial a un festival en su ciudad, Faivre d’Arcier (2014) distingue al menos cinco razones: a) la primera sería la habilidad de un festival para democratizar la cultura; b) la segunda, que la organización de un festival sirve como medio para forjar nuevas conexiones sociales y reforzar el sentido

forms of expression including food, drink, unique clothing, theater, music, dance, and cinema, often with a distinctive spiritual component (Ronström, 2016).

These days, according to Guerra (2016), in the long wake of Woodstock, the music festival serves a similar function, as a manifested reflection of the identities and lifestyles of young people (although not limited to youths alone). Festivals in the 21st century thus constitute the expression of a dynamic tension in identity and cultural construction (fragmentation versus globalization, mobility versus community, belonging versus anonymity), and so the festival is in this way a potential representation of space-time (Guerra, 2016: 40).

The issue of identity has turned up in recent research on festivals at the European scale. The ‘Euro-Festival Project’, whose objective was to examine the role of festivals as places of transnational identification and democratic debate, provides us with the following definition: a festival is a manifestation through which a society or group makes evident the conscience of their own identity as well as their determination to preserve it (Segal & Giorgi, 2009). This is not to say that, on occasions, festivals lack a clear economic-touristic purpose. Indeed, Uysal and Gitleson once defined festivals as “traditional events staged to increase the tourist attraction for potential visitors” (Uysal & Gitleson, 1994: 3).

Expanding on this, if we add up all the arguments through which both politicians and local technicians would justify official support for a festival in their city, Faivre d’Arcier (2014) distinguishes at least five reasons: a) that a festival is able to democratize culture; b) that the organization of a festival can be a means to forge new social connections and reinforce the sense of local identity; c) that a festival represents a good economic opportunity, a positive force in most commercial sectors and especially the service industry (the most recent and dominant argument); d) that

de identidad local; c) el tercer argumento –el más reciente y dominante– es la idea de que el festival proporciona una buena oportunidad económica, una fuerza positiva en la mayoría de los sectores comerciales y en la industria de servicios en general; d) junto a los beneficios económicos el festival aporta visibilidad a la comunidad que lo acoge, una imagen que por coste o escala no se puede obtener por otros medios; y e) el más importante, aunque no siempre se menciona, los festivales tienen un valor artístico y cultural único.

Sea como fuere, y cuando atendemos estrictamente al ámbito de los festivales de música, los intentos más recientes de formular una definición ponían de manifiesto el contexto cambiante y las dificultades de encontrar una descripción ajustada a la realidad actual. En el marco del primer estudio internacional comparado sobre festivales de música con un método de investigación uniforme para una muestra de 390 festivales de música en 15 países diferentes, la definición de festival suscitó largos y espinosos debates: “un evento limitado en el tiempo y el espacio que desarrolla un proyecto artístico específico y que tiene lugar a intervalos regulares” (Négrier *et al.*, 2013). Como ponían de manifiesto los investigadores, el crecimiento del número de festivales ha ido acompañado de una gran transformación dentro de la industria de los eventos. En este contexto, cada uno de los términos de la definición anterior es ahora discutible. El límite temporal de los festivales se ha relativizado si tenemos en cuenta que los festivales ofrecen actividades fuera de sus fechas de temporada. El límite espacial también tiende a perder parte de su significado cuando observamos el desarrollo de estrategias de descentralización de los espectáculos, pudiendo ciertos festivales tener lugar en varios sitios, viajar de un sitio a otro, o incluso ser replicados en otras regiones o países. Asimismo, el concepto de proyecto artístico también se ve modificado por las prácticas contemporáneas. El nicho artístico en el que nace un festival puede convertirse más tarde en un mero punto de referencia entre los muchos presentes dentro del evento, ya que los

together with economic benefits a festival provides visibility to the community that hosts it (which can hardly be obtained by other means, due to cost or scale); and e) most importantly, although not always mentioned, that festivals possess a unique artistic and cultural value.

Be this as it may, and concentrating strictly on the field of music festivals, the most recent attempts at definition have highlighted changes in context and the difficulty of finding a description well-suited to the current reality. Within the framework of the first international comparative study on music festivals, where a uniform research method was applied to a sample of 390 music festivals in 15 different countries, attempts at definition gave rise to long and thorny debates, arriving at the following: “an event limited in time and space that develops a specific artistic project and that takes place at regular intervals” (Négrier *et al.*, 2013). As the researchers engaged in this project revealed, the recent growth in the number of festivals has been accompanied by major transformations within the events industry. In this context, each of the terms in the above definition has now become moot. The limited time of festivals has been relativized if we take into account that they now offer activities outside of their seasonal dates. The spatial boundary has also tended to lose meaning when considering the development of new decentralization strategies for shows, with certain festivals taking place in several places, allowing travel from one place to another or even to be duplicated in other regions or countries. Likewise, the concept of the festival as artistic project has been modified by contemporary practices. The artistic niche in which a festival is conceived can later be reduced to a mere point of reference among those present at the event, given that festivals attempt to renew themselves by bringing together diverse aesthetic registers within hybrid programs (Négrier *et al.*, 2013: 35–36).

festivales intentan renovarse reuniendo diferentes registros estéticos dentro de programas híbridos (Négrier et al., 2013: 35-36).

PARADIGMAS Y TEMAS: UN BREVE REVISIÓN DEL ESTADO DEL ESTADO DE LA CUESTIÓN

Si pasamos, en esta breve síntesis, de los numerosos intentos de definición a las distintas perspectivas e intereses de la investigación sobre festivales de música en contextos urbanos podremos encontrar tres grandes categorías o familias de aportaciones que profundizan en los diversos papeles que juegan estos encuentros culturales. La aproximación desde la gestión cultural, las contribuciones desde la economía de la cultura y de la experiencia y el estudio de eventos, y las investigaciones en el marco de los estudios urbanos.

Comenzando por el campo de la gestión cultural, una de las principales preocupaciones se centra en la confrontación del valor artístico y cultural único de los festivales con lo que algunos denominan “la patología del festival”, o lo que es lo mismo el desplazamiento de la preocupación artística por una forma de ganar dinero. En las últimas dos décadas los festivales comerciales con ánimo de lucro, especialmente dedicados a la música pop-rock, han proliferado de forma extremadamente rápida. Su orientación, en la opinión de los programadores culturales más reputados, afecta sin duda a sus decisiones artísticas y limita su impacto cultural (Klaic, 2014).

La popularidad de los festivales estaría cada vez más dominada por la perspectiva económica en la cultura y no tanto por su valor intrínseco, ni como inversión en la calidad de vida de la ciudadanía y la vitalidad de la comunidad. Sin embargo, en opinión de no pocos gestores culturales, un festival debería complementar la oferta del resto del año, experimentar con nombres nuevos, apostar por repertorios apenas frecuentados, convertirse en termómetro de incipientes

PARADIGMS AND THEMES: A VERY BRIEF REVIEW OF THE STATE OF THE ART

Advancing in this brief summary from attempts at definition to the perspectives and interests of research on music festivals in urban contexts, we find three broad categories or families of contributions that delve into the various roles played by these cultural gatherings: approaches from cultural management; contributions from the economy of culture and experience and the study of events; and research within the framework of urban studies.

Beginning with the field of cultural management, a main concern focuses on the confrontation between the unique artistic and cultural value of festivals and what some call “the pathology of the festival”, indicating the displacement of artistic concerns as a way to earn money. Over the past two decades, for-profit commercial festivals (especially dedicated to pop/rock music) have rapidly proliferated. In the opinion of highly reputable cultural programmers, the orientation of festivals undoubtedly affects artistic decisions and limits their cultural impact (Klaic, 2014).

The popularity of festivals appears to be increasingly dominated by the economic perspective on culture over its intrinsic value, or its value as an investment in the quality of life of citizens and the vitality of the community. In the opinion of not a few cultural managers, a festival should complement the overall cultural offer, experiment with new names, seek relatively unknown repertoires, serve as a barometer of incipient interpretive trends struggling to be heard, take risks, and above all come together in a congruent whole, rich in cross-references.

This perspective connects on many levels with a purely economic outlook, especially when cultural agents (as mediators) face dilemmas of risk versus sustainability, equity and social inclusion versus excellence and

tendencias interpretativas que luchan aún por abrirse camino, correr riesgos y, sobre todo, ofrecer un todo congruente, rico en referencias cruzadas.

Esta perspectiva ofrece numerosos puntos de contacto con la puramente económica, sobre todo cuando los agentes culturales en calidad de mediadores han de afrontar dilemas en los que se enfrentan riesgo vs. sostenibilidad, equidad e inclusión social vs. excelencia y valor artístico, prestigio consolidado vs. emergencia artística, o pasión y entusiasmo vs. racionalidad y viabilidad. En cualquier caso, y desde comienzos de la centuria actual, se ha difundido una visión de la configuración del festival como “navaja suiza” del sector cultural (Négrier et al., 2013: 29).

Las contribuciones desde la economía de la cultura y de la experiencia subrayan el efecto que estos procesos han tenido en el desarrollo de los festivales, productos culturales que ofrecen experiencias extraordinarias. Si a finales de los ochenta del pasado siglo buena parte de la investigación destacaba la importancia del contexto territorial en el desarrollo de la dinámica de los festivales, en la actualidad un buen número de autores aluden a un mercado dominado por las oportunidades de entretenimiento virtual y las descargas en el que los festivales ofrecen economías de escala y especialización en la comercialización, la venta de entradas y la gestión del recinto. La festivalización debería entenderse, según ciertos especialistas, como un fenómeno social entrelazado con los cambiantes hábitos de consumo, las prácticas sociales, los mercados emergentes y las políticas gubernamentales en desarrollo (Mulder, Hitters y Rutten, 2020).

En el siglo XXI, todos los países se han enfrentado a la proliferación de una serie de festivales anuales, pero también a la diversificación del tipo de festivales, su ubicación y su público (Fouccroulle, 2009). Los festivales también se han vuelto económicamente atractivos tanto para el consumidor como para examinar la situación de la cultura. Los festivales son un rasgo significativo del

artistic value, consolidated prestige versus artistic emergence, or passion and enthusiasm versus rationality and feasibility. In any case, and since the beginning of this century, a vision has spread of the festival as a “Swiss army knife” of the cultural sector (Négrier et al., 2013: 29).

Contributions from the economy of culture and experience underline the effect that these processes have had on the development of festivals as cultural products that offer extraordinary experiences. If at the end of the 1980s much of the research highlighted the importance of the territorial context in development of the dynamics of festivals, today a good number of authors allude to a market dominated by virtual entertainment opportunities and downloads, in which festivals offer economies of scale and specialization in marketing, ticket sales, and venue management. According to certain specialists, festivalization should be understood as a social phenomenon intertwined with changing consumption habits and social practices, emerging markets, and developing government policies (Mulder, Hitters & Rutten, 2020).

In the 21st century, most countries have seen a proliferation of annual festivals as well as a diversification of types, locations, and audiences (Fouccroulle, 2009). Festivals have also become economically attractive for the consumer and for examining the state of the culture itself. They are a significant feature of the socio-economic and cultural landscape of contemporary daily life (Guerra, 2016).

As products offered to investors or tourists, festivals enrich the space of a city (Cudny et al., 2012; Johansson & Kociatkiewicz, 2011; Lorentzen, 2013). Precisely due to their value as tourist events/products and their role in the economy of urban tourism, attention from academics has continually grown (Getz, 2010), and it is precisely here that works on the socio-economic matrix overlap with works deriving from urban studies, where the concept

paisaje socioeconómico y cultural de la vida cotidiana contemporánea (Guerra, 2016).

Los festivales enriquecen el espacio de las ciudades y son productos que se ofrecen a los inversores o a los turistas (Cudny et al., 2012; Johansson y Kociatkiewicz, 2011; Lorentzen, 2013). Precisamente en su calidad de eventos/productos turísticos y de su papel en la economía del turismo urbano la atención recibida por parte de la academia no ha cesado de crecer (Getz, 2010). Y, justamente en este campo de investigación se solapan los trabajos de matriz socioeconómica con los trabajos producidos en el marco de los estudios urbanos, ámbito en el que se acuña por primera vez el concepto de festivalización. Häußermann y Siebel (1993) hablaron por primera vez de la festivalización (*festivalisierung* en alemán) de las políticas y el espacio urbano cuando señalaron la creciente importancia de los festivales culturales en la formación de la identidad urbana desde la década de 1970.

Con el tiempo, investigaciones posteriores han permitido diversificar y desarrollar dos tipos de festivalización interrelacionados: el primero se refiere a las políticas culturales, mientras que el segundo está relacionado con el espacio urbano. Ronström (2016) sostiene que “festivalización” es una de las muchas formas de “-ización” que se han popularizado tras lo que podría llamarse “el giro procesual” en las ciencias sociales, junto con “globalización”, “hibridación”, “mediatización” y muchas otras. Dentro de la primera corriente, Négrier define la festivalización como “el proceso por el cual la actividad cultural, presentada previamente en un patrón o temporada regular y continua, se reconfigura para formar un “nuevo” evento” (2015: 18). Una respuesta a los procesos de industrialización de las artes, el patrimonio y las industrias creativas.

Por su parte, Gréssillon señala que “el tema de la festivalización puede vincularse al paradigma de la ciudad creativa, aquella que crea constantemente arte, pero que también crea el evento para que se hable de él” (Gréssillon, 2012). El ambiente cultural es, por tanto,

of ‘festivalization’ was initially coined. Häußermann and Siebel (1993) first discussed the festivalization (*festivalisierung* in German) of urban politics and space when noting the growing importance of cultural festivals in the formation of urban identity since the 1970s.

Over time, subsequent research has made it possible to diversify and develop two interrelated types of festivalization in terms of cultural policy and urban space. Ronström (2016) argues that festivalization is among the many forms of ‘-ization’ popularized since “the processual turn” in the social sciences, along with globalization, hybridization, mediatization, and many others. Within the first current, Négrier defines festivalization as “the process by which cultural activity, previously presented in a regular and continuous pattern or season, is reconfigured to form a ‘new’ event” (2015: 18), as a response to gradual industrialization of the arts, heritage, and creative industries.

Elsewhere, Gréssillon points out that “the theme of festivalization can be linked to the paradigm of the creative city – one that constantly creates art but also creates the event so it can be talked about” (2012). The cultural environment is therefore an indicator by which to understand the festivalization of a city.

From the field of urban planning and urban studies in general, some authors maintain that festivalization can be defined as a specific mechanism for forming and organizing urban space and the activities of society, as well as a form of entertainment for city residents and tourists through increased quantity and quality of festivals (Karpinska-Krakowiak, 2009). The city thus becomes landscape of experiences (O’Dell, 2005).

Other authors speak of an explicit and coordinated cultural policy that fuses city branding with the post-industrial “experience economy”, a powerful mix of place-commodification and cultural

un indicador para entender la festivalización de una ciudad.

Desde el campo de la planificación y los estudios urbanos en general, algunos autores sostienen que la festivalización puede definirse como mecanismos específicos de organización y formación del espacio urbano y las actividades de la sociedad, así como una forma de entretenimiento de los residentes de la ciudad y los turistas a través del aumento de la cantidad y la calidad de los festivales (Karpinska-Kraskowiak, 2009). La ciudad se convierte en un paisaje de experiencias (O'Dell, 2005).

Otros autores hablan de una política cultural explícita y coordinada que fusiona la marca de la ciudad con la “economía de la experiencia” postindustrial, una potente mezcla de comercialización de lugares y consumo cultural a través de imágenes accesibles y vibrantes y encuentros personales (Wynn y Yetis-Bayraktar, 2016) que tienen en los festivales de música unos de los ejemplos señeros (Krüger, 2013). Un tema de investigación en estudios urbanos que conecta el papel de los festivales en el desarrollo urbano y en la reestructuración y regeneración de espacios en las ciudades postindustriales (Hughes, 1999; Lorentzen, 2013; Richards y Wilson, 2004; Sundbo, 2013).

No podemos olvidar tampoco, en esta breve síntesis, el tema de las escalas. Así algunos especialistas distinguen entre eventificación vs. festivalización, correspondiendo al primer concepto la proliferación de grandes eventos deportivo/culturales espaciados y/o ocasionales, mientras que el segundo implica un cambio de escala espacio/temporal. De lo mega a lo micro y de lo temporal a lo permanente, la festivalización no solo cambia el espacio urbano durante un periodo de tiempo (limitado), sino que se convierte en parte de la vida cotidiana de la ciudad creativa moderna (Zherdev, 2014).

Por último, no podemos dejar de mencionar el tema de la interrelación entre los propios festivales de música y las ciudades que los acogen y, en ocasiones, les dan sentido y

consumption through vibrant, accessible images and personal encounters (Wynn & Yetis-Bayraktar, 2016) exemplified in music festivals (Krüger, 2013). A research topic in urban studies connects the role of festivals in urban development with the restructuring and regeneration of spaces in post-industrial cities (Hughes, 1999; Lorentzen, 2013; Richards & Wilson, 2004; Sundbo, 2013).

Also of interest is the issue of scale. Some specialists distinguish between ‘eventification’ and festivalization, where the former indicates the proliferation of large and/or occasional sporting/cultural events, while the latter implies a change in space-time scale. Whether mega or micro, temporary or permanent, festivalization not only changes the urban space for a (limited) period of time but becomes part of the daily life of the modern creative city (Zherdev, 2014).

Finally, we cannot overlook the issue of the interrelation between music festivals and the cities that host them (and which on occasion give them meaning and character). Some researchers ask, “What can a festival do for a city (versus what can a city do for a festival)?” (Van Aalst & Van Melik, 2012). Each festival differs in its degree of “location dependency”. Some are closely related to the cultural infrastructure and symbolic capital, while others have little to do with the facilities, activities, cultural fabric, or other events that take place in the city (Boogaarts, 1992). Thus, two clearly differentiated categories appear between which a gradation of possibilities can be drawn: festivals anchored in the culture and tradition of a city versus commercial festivals with no such connection (place-bound versus placeless festivals). Paradoxically, while festivals are increasingly seen as an important tool or tactic for cities to stand out in competition with others, the importance of festival venues appears to be diminishing.

carácter. Algunos investigadores se preguntan, ¿qué puede hacer un festival por una ciudad vs. qué puede hacer una ciudad por un festival? (Van Aalst y Van Melik, 2012). Cada festival difiere en su grado de “dependencia del lugar”. Algunos están estrechamente relacionados con la infraestructura cultural y el capital simbólico, mientras que otros apenas tienen relación con las instalaciones, las actividades, el tejido cultural, o los acontecimientos que tienen lugar en la ciudad (Boogaarts, 1992). Aparecen, así, dos categorías claramente diferenciadas entre las que se dibuja una gradación de posibilidades, los festivales anclados en la cultura y tradición de la ciudad frente a los festivales comerciales sin vinculación alguna, o place-bound vs. placeless festivals. Paradójicamente, mientras que los festivales se consideran cada vez más una herramienta/táctica importante para que las ciudades destaquen en la competencia interurbana, la importancia de los lugares para los festivales parece ser cada vez menor.

NUESTRA INVESTIGACIÓN: FUENTES Y MÉTODOS

Para el objeto de esta breve síntesis, vamos a abordar una primera aproximación, dentro de un proyecto de investigación mucho más amplio, a las pautas de distribución, antigüedad, estacionalidad, número de días que programan, tipo de organizador y clasificación por género de los festivales de música que se ofertan anualmente en ciudades pequeñas (de 10.000 a 50.000 habitantes) y medias del territorio español (de 50.001 a 300.000 habitantes, distinguiendo dos intervalos: de 50.001 a 100.000 y de 100.001 a 300.000). Aunque existen diferentes definiciones del concepto de festival de música, esta aportación se centrará en los festivales como acontecimientos culturales en los que se presentan una serie de actuaciones de música en vivo, que se han celebrado durante al menos una edición hasta 2019 y con vocación de continuidad -programaciones anuladas o celebradas durante la pandemia-. Esta definición responde a la concepción contemporánea de los festivales

OUR RESEARCH: SOURCES AND METHODS

For the purposes of this brief synthesis (within a much broader research project), we first address one approach to the patterns of distribution, age, seasonality, number of days scheduled, type of organizer, and classification by genre of the events. We distinguish between music festivals offered annually in small cities (10,000 to 50,000 inhabitants) and medium-sized cities (50,001 to 300,000) in Spain by way of two intervals: from 50,001 to 100,000, and from 100,001 to 300,000. Although definitions differ on the concept of the music festival, this contribution will focus on festivals as cultural events in which a series of live music performances are presented and which were held at least up to 2019 (with the intention of continuity, schedules having been disrupted during the pandemic). This definition responds to the contemporary idea of music festivals and excludes other musical events such as contests and competitions.

To embark on this examination, we have drawn from a wide range of secondary sources: official statistical sources (INE) such as the 2020 Cultural Statistics Yearbook of the Ministry of Culture and Sports, as well as data from sources and portals including the National Institute of Performing Arts and Music, the Spanish Association of Classical Music Festivals (FestClásica), <http://www.festclasica.com/festivales/>; <https://www.entre88teclas.es/festivales-de-musica-clasica-en-espana-listado>; <http://festivalesflamencos.blogspot.com/>; <http://afflamencos.org/>; <https://celtadigital.com/festivales/>; <https://www.apoloybaco.com/jazz/>; <https://fanmusicfest.com/calendario-festivales>; <https://www.dodmagazine.es/festivales/>; <https://www.festicket.com/es/festivales/>; and an exhaustive tour of the official web pages of the sample of selected cities. Other sources include reports from OBS Business School on festivals in Spain and the systematic consultation of official pages (where they exist) of each and every one of the 356 music festivals identified.

de música y excluye otros eventos musicales como los concursos o certámenes.

Para alcanzar estos objetivos hemos recurrido a una variada gama de fuentes secundarias. Por un lado, fuentes estadísticas oficiales (INE) como el Anuario de Estadísticas Culturales 2020 del Ministerio de Cultura y Deporte y datos recogidos de otras fuentes y portales como: el Instituto Nacional de las Artes Escénicas y de la Música; la Asociación Española de Festivales de Música Clásica (FestClásica) <http://www.festclasica.com/festivales/>; <https://www.entre88teclas.es/festivales-de-musica-clasica-en-espana-listado>; <http://festivalesflamencos.blogspot.com/>; <http://afflamencos.org/>; <https://celtadigital.com/festivales/>; <https://www.apoloybaco.com/jazz/>; <https://fanmusicfest.com/calendario-festivales>; <https://www.dodmagazine.es/festivales/>; <https://www.festicket.com/es/festivals/>; y un recorrido exhaustivo por las páginas web oficiales de la muestra de ciudades seleccionadas. A todo ello se sumarían diversos informes de OBS Business School sobre festivales en España y la consulta sistemática de las páginas oficiales –siempre que existan– de todos y cada uno de los 356 festivales de música identificados.

ANALYSIS OF THE RESULTS ACCORDING TO CATEGORY, SENIORITY, AND TYPE OF ORGANIZER

The festival specializes in music, and this is among its most influential characteristics, having a huge effect on the type of audience it attracts, the needs it presents, and the format it follows. In Spain we find festivals dedicated to almost every musical genre or culture (Table 1). Among these are the most outstanding contemporary genres, whether through tradition or due to the impact they generate: classical music; and rock/pop and its sub-genres like techno and house (all greatly representative of the Spanish scene). In absolute terms, pop/rock festivals (110) and jazz/blues festivals (104) are most frequent, followed at a distance by classical music (53), folk/world music (39), multi-style/urban festivals (39), and flamenco (11). All this has occurred in a context of accelerated creation of festivals (Figure 1) that has led some specialists to employ the term “festival bubble” with clear reference to the real estate economy.

Classical music was the center of attention of most music festivals until their professionalization; even today, this genre

Tipo festival	Total
Música clásica	53
Flamenco	11
Jazz/Blues	104
Multiestilo/Festivales urbanos	39
Pop/Rock	110
Tradicional/Músicas del mundo	39
Total	356

Tabla 1. Festivales según género musical en ciudades pequeñas y medias españolas en 2019

Fuente: Elaboración propia a partir de todas las fuentes consultadas

Table 1. Festivals by musical genre in small and medium-sized Spanish cities in 2019

Source: own elaboration from all the sources consulted

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS SEGÚN CATEGORÍA, ANTIGÜEDAD Y TIPO DE ORGANIZADOR

El género musical en el que se especializa un festival es una de sus características más influyentes, ya que tiene un enorme efecto en el tipo de público que asiste, las necesidades que presenta y el formato que sigue. En España encontramos festivales de música dedicados a casi cualquier género o cultura (Tabla 1). Entre ellos, podríamos considerar que los géneros más destacados en la actualidad, ya sea por su tradición o por el impacto que generan (además de la gran representación que ambos tienen en el panorama español), son la música clásica y el rock/pop -y otros subgéneros asociados a esta última, como el techno o el house. Sin embargo, en datos absolutos, son los festivales de pop/rock (110) y los dedicados al jazz/blues (104) los más frecuentes, seguidos a gran distancia por los de música clásica (53), folk/músicas del mundo (39), multiestilo/festivales urbanos (39) y flamenco (11). Todo ello en un contexto de creciente aceleración en la

retains great significance and cultural value, and it receives the most subsidies and is most protected by the public sector. In fact, the three oldest festivals in Spain held in medium-sized cities are the San Sebastian Musical Fortnight (since 1939), the Granada International Music and Dance Festival (since 1952), and the Santander International Festival (also since 1952). Both San Sebastián and Santander are festivals strictly focused on the classical genre. Other long-standing festivals include the Cuenca Religious Music Week (1962), the Estella Early Music Week (1967), and the Pollença Festival (1967), the MUSEG or Segovia Music Festival (1976), and the Torroella de Montgrí and Pau Casals al Vendrell International Music Festivals (both launched in 1981).

As Figure 2 suggests, in addition to events dedicated to classical music, flamenco festivals enjoy a long tradition. Of the 11 registered festivals, only one could be called recent: Flamenco on Fire, held in Pamplona since 2014. The rest have run for over half a century, including some of both national and

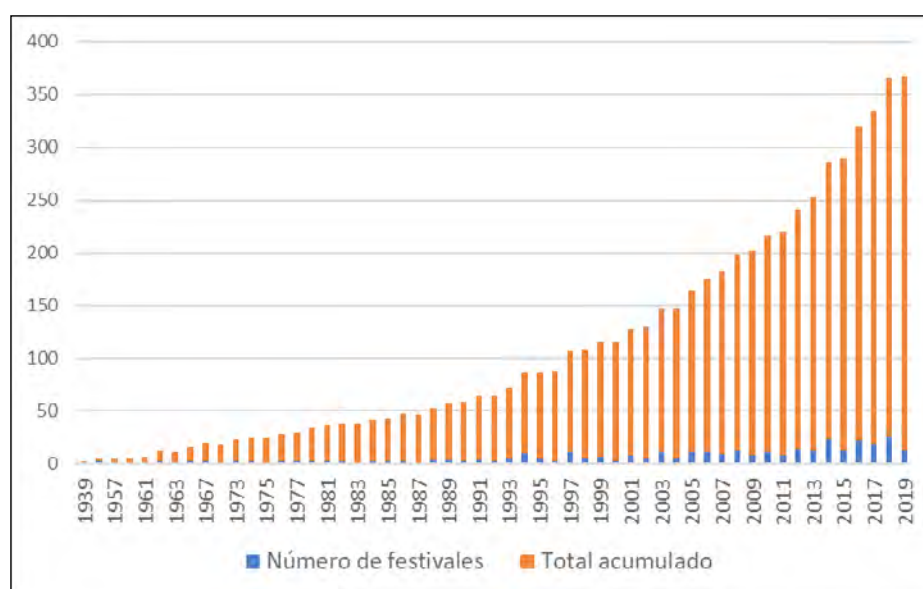


Figura 1. Evolución del número de festivales en ciudades pequeñas y medias entre 1939 y 2019 Fuente: Elaboración propia a partir de todas las fuentes consultadas

Figure 1. Evolution of the number of festivals in small and medium-sized cities, 1939 to 2019 Source: own elaboration from all the sources consulted

creación de festivales (Figura 1) que ha llevado a algunos especialistas a utilizar el término de “burbuja de los festivales” de claras reminiscencias inmobiliarias.

La música clásica fue el centro de atención de la mayoría de los festivales de música hasta su profesionalización, y aún hoy en día conserva un papel de gran importancia y valor cultural, lo que hace que sea el género que más subvenciones recibe y que esté más protegido por el sector público. De hecho, los tres festivales más antiguos de nuestro país celebrados en ciudades medias son la Quincena Musical de San Sebastián (1939), el Festival Internacional de Música y Danza de Granada y el Festival Internacional de Santander (ambos de 1952). Tanto en el caso de San Sebastián como en el de Santander se trata de festivales estrictamente centrados en este género. A los ya mencionados podríamos sumar otros festivales de larga trayectoria como la Semana de Música Religiosa de Cuenca (1962), la

international notoriety such as the Festival Internacional del Cante de las Minas (1961) held in La Unión. Territorially speaking, the remaining seven are all held in small and medium-sized cities in Andalusia.

Jazz/blues music festivals arrived in Europe in the late 1950s, and although these are not as significant as pop/rock and classical festivals, their generally loyal and mature audiences have kept this genre relevant throughout the continent. In Spain, the oldest of such festivals registered in our sample is Jazzaldia (1966) in San Sebastián, which attracted 168,000 attendees in 2019. For the rest, diversity is the predominant note, with a large number of small festivals lasting just over five days on average and taking place in well-equipped spaces, such as concert halls and clubs (although large venues and outdoor spaces are not uncommon). Although their weight in absolute terms has never stopped growing,

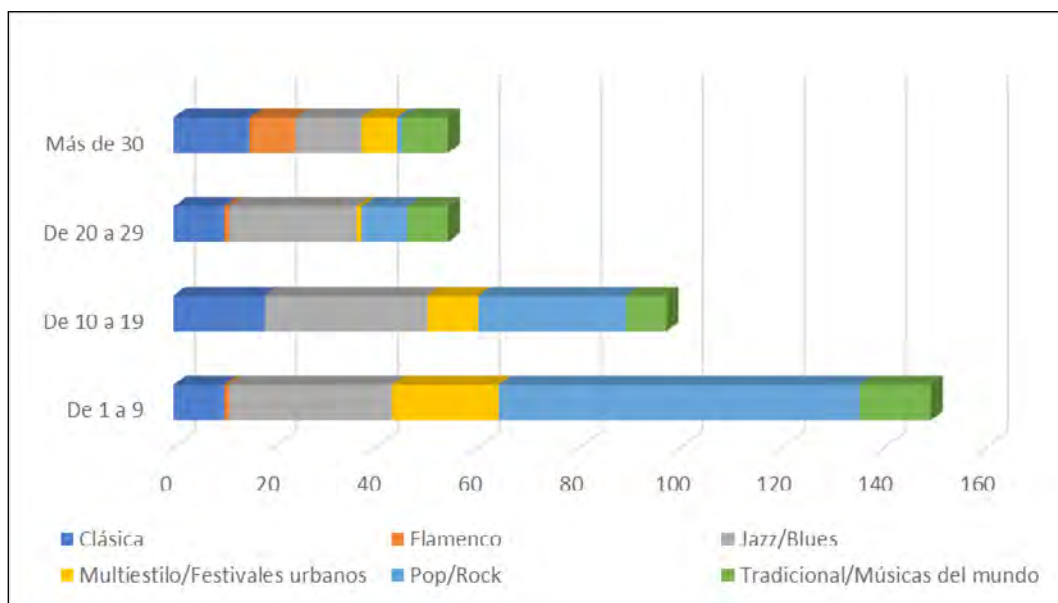


Figura 2. Desglose de los festivales en ciudades pequeñas y medias según categoría y antigüedad en número de ediciones. 1939–2019

Fuente: Elaboración propia a partir de todas las fuentes consultadas

Figure 2. Breakdown of festivals in small and medium-sized cities by category and age in number of editions, 1939 to 2019

Source: own elaboration from all the sources consulted

Semana de Música Antigua de Estella y el Festival de Pollença (ambos creados en 1967), el MUSEG – Festival Musical de Segovia (1976), y los festivales de Torroella de Montgrí e Internacional de Música Pau Casals al Vendrell (ambos se remontan a 1981).

Como puede comprobarse al analizar la figura 2, además de los festivales dedicados a la música clásica, son los festivales de flamenco los que cuentan con mayor solera. De los 11 festivales registrados sólo uno tendría menos de una década: el Flamenco on Fire celebrado desde 2014 en Pamplona. El resto supera el medio siglo de vida, con ejemplos de tanta notoriedad, nacional e internacional, como el Festival Internacional del Cante de las Minas (1961) en La Unión. Como pauta territorial relevante, aparte de los dos mencionados, los restantes siete se celebran en ciudades pequeñas y medias andaluzas.

Los festivales de música de jazz/blues llegaron a Europa a finales del decenio de 1950 y, aunque su papel no es tan significativo como el de los festivales de pop/rock y música clásica, su público generalmente leal y maduro ha permitido que este género siga siendo relevante en Europa. En el caso español el más antiguo de los festivales registrados en nuestra muestra sería el Jazzaldia (1966) de San Sebastián, que consiguió reunir el pasado 2019 a 168.000 asistentes. Por lo demás, la diversidad es la nota predominante, un gran número de festivales de pequeño tamaño que se prolongan de media poco más de cinco días y que tienen lugar en espacios debidamente equipados, como salas de conciertos y clubes, aunque no es raro encontrarlos en lugares grandes o espacios al aire libre. A lo largo del tiempo, y aunque su peso en términos absolutos no ha dejado de crecer, su importancia en términos relativos ha quedado relegada por el vertiginoso aumento de los festivales de pop/rock.

Los festivales de folk/músicas del mundo presentan una evolución temporal constante en términos absolutos, pues los 39 analizados reparten su aparición de forma muy equilibrada entre los cuatro intervalos definidos. Sin embargo, como ocurre con los casos de música

their importance in relative terms has been diminished over time by the vertiginous increase in pop/rock festivals.

Folk and world music festivals show constant evolution in absolute terms, with the 39 analyzed here being well-distributed among the four defined intervals. However, as with classical, jazz/blues, and flamenco festivals, their relative weight declined continually in the sample in favor of multi-style/urban festivals and especially commercial pop/rock festivals. This category originally served the purpose of keeping individual cultures alive while offering pleasant and direct encounters through music with other cultures. However, starting in the 1980s, this genre began to seek its own identity and the genre of ‘world music’ emerged, represented by examples such as La Mar de Músicas (1995) in Cartagena or the Xera Festival de Músicas del Mundo (2018) in Jerez de la Frontera.

The category of multi-style/urban festivals is heterogeneous by definition, embracing many unconnected festivals that share the trait of not ascribing to a dominant genre. Some of these focus on a certain instrument or theme while others hope to attract large and diverse audiences by offering varied activities. The diversity of their audiences makes these festivals unavoidably attractive to the private sector, which sees the great potential and visibility of these events as useful for sponsorship strategies. In the same way, they are useful to neoliberal urban marketing strategies associated with territorial brands or place-branding. In the latter case, this is applicable to the notion of the city as a container, and often as a promoter of major cultural events; in addition to being a strategy for many local administrations, the urban festival has become one of the issues most discussed by disciplines such as economics, architecture, geography, sociology, and philosophy. Of the 39 festivals included in this category, 21 have presented fewer than 10 editions.

clásica, jazz/blues y flamenco su peso relativo no ha dejado de caer en el conjunto de la muestra en favor de los festivales multiestilo/urbanos y, sobre todo, de los festivales comerciales de pop/rock. Esta categoría de festivales sirve originalmente a propósitos relacionados con mantener vivas las culturas individuales, así como permitir encuentros placenteros y directos con otras culturas a través de la música. Sin embargo, a partir de la década de los 80 del pasado siglo el género evolucionó tratando de encontrar su propia identidad. El mundo de la música se dividió y surgió el género de “músicas del mundo”, fase representada por ejemplos como *La mar de músicas* (1995) en Cartagena o *Xera Festival de Músicas del Mundo* (2018) en Jerez de la Frontera.

La categoría de festivales multiestilo/festivales urbanos es heterogénea por definición, ya que reúne muchos festivales inconexos que comparten el rasgo de no adscribirse a un género dominante. Algunos de estos festivales se centran en cierto instrumento o tema, mientras que otros intentan atraer a grandes y heterogéneas audiencias ofreciendo actividades variadas. La diversidad de sus públicos hace que estos festivales sean inevitablemente atractivos al sector privado, que puede ver el gran potencial y visibilidad de estos eventos para estrategias de patrocinio. En igual medida resultan de utilidad en estrategias neoliberales de comercialización urbana asociadas con las marcas territoriales o place branding. Se trataría, en este último caso, de una apuesta por la ciudad como contenedora y en muchas ocasiones como promotora de grandes eventos culturales, además de ser una estrategia para muchas administraciones locales, constituye una de las cuestiones más discutidas desde disciplinas como la economía, la arquitectura, la geografía, la sociología o la filosofía. De los 39 festivales incluidos en esta categoría, 21 han conocido menos de 10 ediciones.

Por último, la categoría de festivales de pop/rock, sin duda la más numerosa y la que más ha crecido en la última década animada por transformaciones tecnológicas, los cambios en los modelos de consumo de la música y la crisis

Finally, the category of pop/rock festivals is without a doubt the largest, and this has grown most throughout the past decade, driven by technological transformations, changes in music consumption models, and the crisis in the recording industry. Concerts and festivals appear to be emerging as the principal vehicle for many musicians to survive. With the concert hall pushed into an almost subsidiary role, the general trend throughout Spain has become the festival. There are many kinds, but those that have proliferated most are summer festivals – an artificial city for music in the open air, active for a few days and with activities on various stages – along with concert cycles, generally also in summer. Their proliferation has caused many companies to transform from service providers to festival promoters, establishing public-private collaborations with City Councils (previously the sole organizer of musical acts). Similarly, the emergence of this type of festival has dragged the overall growth of the sector, with some 41% of the sample analyzed (147 of 356 festivals) having presented fewer than 9 editions. More specifically, within the pop/rock category, of the 110 festivals currently in operation, 99 emerged in the 21st century.

In line with the chronology described, the scale and organizational model of pop/rock festivals have also been changing. The Festival Internacional de Benicassim proposed in its first edition (1995) an intensive weekend-marathon format copied from British benchmarks: 30 performances over 3 days. By 2019, some festivals had grown to 12 stages and more than 200 performances. In short, these are models of oversized and sustained music consumption with economic injections from other companies and commercial sectors (breweries and makers of alcoholic beverages, mobile phone companies, banks, etc.) also supported and subsidized by public institutions. Furthermore, the private company has been gaining dominance as an organizing agent. As may be easily deduced

de la industria discográfica. Los conciertos y los festivales parecen perfilarse como la salida de buena parte de los músicos para sobrevivir. Arrinconada la sala de conciertos a un papel casi subsidiario, la tendencia general en toda España es el festival. Festivales hay de todos los tipos, pero los que más proliferan son los de verano –una ciudad artificial para la música al aire libre, activa por un período breve de días y con actividades en varios escenarios– y los ciclos de conciertos, por lo general también estivales. Su proliferación ha provocado que muchas empresas hayan pasado de ser proveedoras de servicios a promotoras de festivales estableciendo una colaboración público-privada con un Ayuntamiento, que antes era organizador en solitario de los actos musicales. Igualmente, la eclosión de este tipo de festivales ha arrastrado el crecimiento del sector y explica que más del 41% de la muestra analizada (147 de 356 festivales) no supere las 9 ediciones de vida. Más concretamente, y dentro de la categoría de pop/rock, de los 110 festivales existentes 99 han surgido ya en el siglo XXI.

En sintonía con la cronología descrita, el modelo de organización de los festivales de pop-rock y su escala también ha ido cambiando. El FIB planteó ya en su primera edición (1995) un formato de maratón intensivo de fin de semana: 30 actuaciones a lo largo de 3 jornadas, copiado de sus referentes británicos. En 2019 tuvimos festivales con doce escenarios y más de 200 actuaciones. En definitiva, modelos de consumo musical sobredimensionados y sostenidos con inyecciones económicas de otras empresas y sectores comerciales (cerveceras, fabricantes de bebidas alcohólicas, empresas de telefonía móvil, bancos, etc.), sin olvidar los apoyos y subvenciones procedentes de instituciones públicas. Y en los que la entrada de la empresa privada como agente organizador ha empezado a ser dominante. Como fácilmente se deduce de la interpretación de la figura 3, la empresa privada es claramente dominante en dos géneros musicales, los festivales de pop-rock y los festivales multiestilo/festivales urbanos. Por su parte las administraciones públicas están detrás de la mayoría

from Figure 3, private enterprise is now clearly dominant in two musical genres: pop/rock festivals and multi-style/urban festivals. On the other hand, public administrations are behind most classical music and jazz/blues festivals; Heritage Boards and Public Foundations are especially active, with the former organizing two classical festivals (the Festival Internacional de Santander and the Cuenca Religious Music Week) and latter offering four classical festivals (the Segovia Music Festival (MUSEG), the Segovia Sacred Music Week, the Gijón Early Music Festival, and the León International Chamber Music Festival), two flamenco festivals (the International Cante de las Minas Festival and the Jerez Flamenco Festival), and one folk festival (the Segovia Folk Festival). Cultural associations distribute their efforts in a relatively balanced way among festivals of all styles, with a slight overrepresentation in the case of jazz/blues festivals.

Returning to pop/rock festivals, in almost all cases the concept of ‘experience’ is used in one way or another by those considering the reasons for their success: the festival has become a unique, collective, and unrepeatable *experience*. Large audiences and artists gather for a line-up where even many sector professionals know only half of the groups performing. People go because friends go, this being an event and space for socializing, where the venue itself may be key to the festival’s success; in fact, many festivals partner for life with a specific city, and attempts to vary venues have sometimes ended in failure. In other cases, people are attracted by the festival (the program, the musicians, the atmosphere) rather than the characteristics of the venue. Here the festival is the destination. Prentice and Andersen believe that this character is part of the “gregarious experience” that can ultimately be independent of any specific place or location... it is place-nonspecific” (2003: 12-13). Consequently, a number of festivals may be increasingly footloose or “on the move”. This risk is especially high when the initial

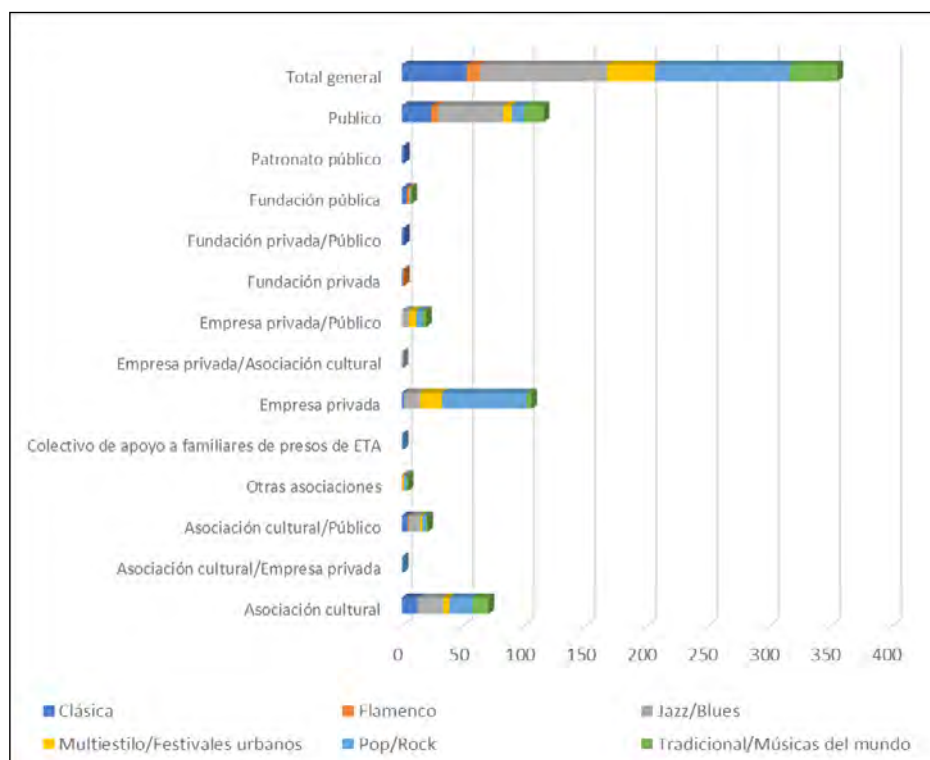


Figura 3. Desglose de los festivales según categoría y tipo de organizador. 1939-2019

Fuente: Elaboración propia a partir de todas las fuentes consultadas

Figure 3. Breakdown of festivals by category and type of organizer, 1939 to 2019

Source: own elaboration from all the sources consulted

de los festivales de música clásica y jazz/blues, siendo especialmente clarificador el caso de los Patronatos y Fundaciones públicas, en el primer caso organizan dos festivales de música clásica (Festival Internacional de Santander y Semana de Música Religiosa de Cuenca), y en el segundo cuatro festivales de música clásica (MUSEG – Festival Musical de Segovia, Semana de Música Sacra de Segovia, Festival de Música Antigua de Gijón y Festival Internacional de Música de Cámara de León) dos de flamenco (Festival Internacional de Cante de las Minas y Festival de Flamenco de Jerez) y uno de música folk (Festival Folk de Segovia). Las asociaciones culturales reparten sus esfuerzos de forma relativamente equilibrada entre festivales de todos los estilos, con una ligera sobrerrepresentación para el caso de los festivales de jazz/blues.

organizers leave or vanish and multinational companies take over. These big players on the music scene are not so attached to a place as the initial founders (cultural associations, collectives, public institutions, etc.) might ostensibly have been. Therefore, the location of a festival might depend on decisions made by the company, and not on an organizer's link to a specific place, a compelling festival policy, or the unique characteristics of a city.

THE PATTERN OF SPATIAL CONCENTRATION OF FESTIVALS IN REGIONS AND TOURIST DESTINATIONS

If we now consider the location patterns of the festivals (see Figure 4), no clear correlation is observed between population size and the number of music festivals. In some

Volviendo sobre la última categoría analizada, los festivales de pop-rock, en casi todos los casos el concepto experiencia es usado de una u otra forma por quienes razonan sobre el éxito de este tipo de festivales. Un festival se ha convertido en una experiencia única, colectiva e irrepetible. Allí se concentran artistas y mucho público con un cartel del que ni muchos profesionales del sector conocen el 50% de los grupos. Se acude porque van los amigos, es un acontecimiento y espacio de socialización en el que el entorno puede ser clave en el éxito del festival, de hecho, muchos festivales maridan de por vida con una ciudad concreta y algunos intentos de variar su sede han terminado en fracaso. En otros casos, los asistentes se sienten atraídos por el festival en sí mismo (el programa, los músicos, el entorno y el ambiente) más que por las características del lugar de celebración. El festival es un destino en sí mismo. Prentice y Andersen creen que este carácter forma parte de la “experiencia de lo gregario” que, en última instancia, puede “ser independiente de cualquier lugar o localización específica... es place-nonspecific” (2003: 12-13). En consecuencia, cierto número de festivales podrían ser cada vez más libres (footloose) o “en movimiento”. Este riesgo es especialmente alto cuando los organizadores iniciales abandonan o desaparecen y las empresas multinacionales toman el relevo. Estos grandes actores de la escena musical no están tan apegados a un lugar como podrían estarlo los fundadores iniciales (asociaciones culturales, colectivos, instituciones públicas, etc.). Por lo tanto, la ubicación de un festival podría llegar a depender de las decisiones de la empresa y no del vínculo de un organizador con un lugar concreto, de una política de festivales convincente o de las características únicas de una ciudad.

LA PAUTA DE CONCENTRACIÓN ESPACIAL DE LOS FESTIVALES EN REGIONES Y DESTINOS TURÍSTICOS

Si atendemos ahora a los patrones de localización espacial de los festivales (ver

specific cities, the concentration of cultural activity is part of their identity (Granada, 6 festivals; Vitoria and Getxo, 5 festivals), while in other cases urban revitalization strategies are at play, with new festivals stemming from policies based on culture (A Coruña, Cuenca, Cáceres, Lugo, Logroño, Girona, Gijón, Mérida, Santiago de Compostela, Vigo, etc.). Nevertheless, the most dynamic recent trend is the spatial concentration of festivals into prominent regions and tourist destinations, as well as in small urban entities with fewer than 50,000 inhabitants.

Catalonia and the Community of Valencia clearly concentrate a significant number, encouraged by the public administrations at various scales. The Community of Valencia and the Valencia Tourism Agency launched the ‘Mediterranean Fest’ brand in 2017, to give greater visibility and relevance to the international music festivals in that autonomous region. The Mediterranean Fest complements ‘Mediterranean Musix’, a brand launched in July 2016 that embraces all music festivals of the Community regardless of international projection or influx. Financial support from the administration for these two brands amounted to 700,000 euros in 2019, or an investment 54% greater than that of 2018 (455,000 euros). For its part, the Diputación de Castellón has used the slogan “Land of Festivals” and formalized sponsorship contracts with several of the main events. The town of Benicassim (18,192 inhabitants in 2019) hosts 4 major festivals: Rototom Sunsplash, Festival Internacional de Benicassim, the Sansan Festival, and the Benicassim Blues Festival. The first two of these attracted 202,000 and 115,000 attendees, respectively, in 2019. Within the same province, Arenal Sound brought 300,000 attendees to Burriana (34,683 inhabitants in 2019). Further south, the town of Cullera (22,145 inhabitants in 2019) in the province of Valencia hosted the Medusa Sunbeach Festival, drawing a record 315,000 attendees in 2019. Along this same coast, the city of Benidorm (68,721 inhabitants in 2019) hosts

figura 4), parece evidente que no hay una correlación clara entre tamaño poblacional y número de festivales de música. Hay ciudades concretas donde la concentración de actividad cultural es parte de su identidad, Granada (6 festivales), Vitoria (5) o Getxo (5), en otros casos las políticas de revitalización urbana explican la aparición de nuevos festivales de la mano de políticas de promoción apoyadas en la cultura (A Coruña, Cuenca, Cáceres, Lugo, Logroño, Girona, Gijón, Mérida, Santiago de Compostela, Vigo, etc.), pero la tendencia más dinámica y reciente es la concentración espacial de los festivales en las principales regiones y destinos turísticos, y en muchas ocasiones en entidades de población de rango urbano pequeñas que no llegan a los 50.000 habitantes.

no less than 7 pop/rock festivals (the Low Festival, the Reggaeton Beach Festival, Fantastic Dracula Carnival, the Iberia Festival, Fuzzville, Visor Fest, and Primavera Weekend).

Significant concentrations of festivals are also found on the Costa Brava, the coasts of Malaga and Cadiz, and around the Rías Baixas. This evidently responds to a set of causes that feed into one another, such as the touristic importance of certain territories (and the ability of festivals to attract visitors) and the growing popularity of music festivals as entertainment options for both local and international attendees. In this sense, and replicating the promotion model of Valencia at different scales, the Costa Brava Girona Festivals is a brand of the Patronat de Turisme Costa Brava Girona that offers a wide range of festivals featuring differ-

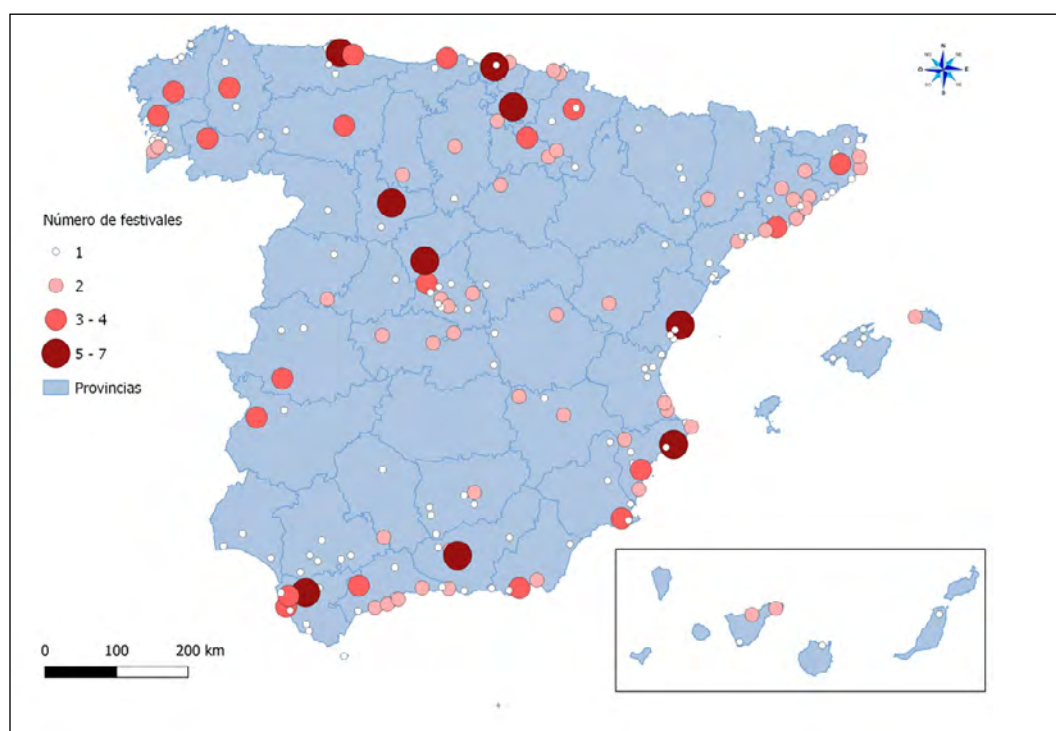


Figura 4. Localización a escala municipal de los festivales de música en ciudades pequeñas y medias celebrados en 2019

Fuente: Elaboración propia a partir de todas las fuentes consultadas

Figure 4. Location of music festivals in small and medium-sized cities held in 2019

Source: own elaboration from all the sources consulted

Resulta obvio que Cataluña y la Comunidad Valenciana concentran un número importante de festivales, un fenómeno animado desde la propia administración a varias escalas. La Comunidad Valenciana y la Agència Valenciana de Turisme lanzaron en 2017 la marca *Mediterranew Fest*, para dar mayor visibilidad y relevancia a los festivales de música internacionales de la Comunidad Valenciana. *Mediterranew Fest* se suma a *Mediterranew Musix*, una marca que aglutina todos los festivales musicales de la Comunidad Valenciana independientemente de su proyección internacional o afluencia y que se presentó en julio de 2016. El apoyo económico ofrecido por la administración bajo ambas marcas se elevó a los 700.000 euros en 2019, lo que suponía una inversión de un 54% más que en 2018, cuando la cuantía destinada a esta actividad fue de 455.000 euros. Por su parte, la Diputación de Castellón ha utilizado el eslogan de “Tierra de festivales” y ha formalizado contratos de patrocinio con varios de los principales eventos. La localidad de Benicasim (18.192 habitantes en 2019) reúne 4 grandes festivales: *Rototom Sunsplash*, *Festival Internacional de Benicàssim (FIB)*, *Sansan Festival* y *Benicasim Blues Festival*. Sólo los dos primeros reunieron 202.000 y 115.000 asistentes respectivamente el pasado 2019. Sin salir de la misma provincia, el Arenal Sound consiguió reunir 300.000 asistentes en Burriana (34.683 habitantes en 2019). Si nos desplazamos algo más al sur, la localidad de Cullera (22.145 habitantes en 2019), en la provincia de Valencia, acogió el *Medusa Sunbeach Festival*, con una cifra récord de 315.000 asistentes en 2019. Y, siguiendo esta misma costa, la ciudad de Benidorm (68.721 habitantes en 2019) concentra nada menos que 7 festivales de pop/rock (*Low Festival*, *Reggaeton Beach Festival*, *Funtastic Dracula Carnival*, *Iberia Festival*, *Fuzzville*, *Visor Fest* y *Primavera Weekender*).

Concentraciones importantes de festivales se identifican igualmente en la Costa Brava, los litorales malagueño y gaditano y las Rías Baixas. Parece evidente que este hecho responde a un conjunto de causas diferentes que se retroalimentan entre sí, como la

ent genres and held across the territory in unique situations: towns, castles, botanical gardens, archaeological sites, natural refuges, and beaches. This amounts to a tourism product associated with the territory. In the case of Galicia, *Fest Galicia* was created in June 2018 by the Xunta de Galicia to promote the region as a musical destination, supposedly under criteria of quality and social sustainability. The brand currently spans 14 festivals seeking to jointly establish a strategic line of operation that brings economic benefits through a collaboration of music and tourism. In the year of its creation, the festival brand was offered potential support of 280,000 euros (through an annual call for grants from Agadic), and this figure increased in 2019 to 340,000 euros.

REFLECTIONS BY WAY OF DISCUSSION AND PROVISIONAL CONCLUSIONS

Forming a segment of the cultural industries as well as the new economy of culture, music festivals have been approached from both their intrinsic artistic and cultural value and (controversially) from the perspective of their use in neoliberal economic and territorial strategies. In this context, concepts emerge such as festivalization (of the city and of culture) along with ‘instant cities’ or ‘cities to be consumed in an instant’, all addressing the effects of major cultural events on urban change.

Cities are looking for ways to reinvent themselves and to use ‘star projects’ of regeneration as standards for their management, innovation, and deployment of technological capacity. In a globalized economy, cities seek to expose themselves to the maximum, competing to attract investment and to climb in international rankings, and tourism plays an important role in these ambitions. Along with the exploitation of cultural and historical heritage for tourism, recent years have seen the celebration of major events and urban marketing cam-

importancia turística de ciertos territorios (y la capacidad que tienen los festivales para atraer visitantes), y la creciente popularidad de los festivales de música como opciones de ocio entre el público local e internacional. En este sentido, y replicando el modelo de promoción de la Comunidad Valenciana a distintas escalas, tenemos Costa Brava Girona Festivals, una marca del Patronat de Turisme Costa Brava Girona que aglutina un territorio con una amplísima oferta de festivales de distintos géneros que se celebran en lugares singulares: pueblos, castillos, jardines botánicos, yacimientos arqueológicos, refugios naturales y playas. Producto turístico asociado al territorio. Y, en el caso gallego, Fest Galicia, la marca creada en junio de 2018 por la Xunta de Galicia para promocionar el territorio gallego como destino musical, supuestamente bajo criterios de calidad y sostenibilidad social. La marca agrupa en la actualidad 14 festivales gallegos y se propone establecer de forma conjunta una línea de trabajo estratégica que consiga beneficios económicos mediante la colaboración entre música y turismo. El año de su creación, ya se ofrecía a los festivales, mediante la convocatoria anual de subvenciones de la Agadic, un apoyo potencial de 280.000 euros, cifra que se incrementó en 2019 hasta los 340.000 euros.

ALGUNAS REFLEXIONES A MODO DE DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES PROVISIONALES

Como parte de las industrias culturales y de la nueva economía de la cultura, los festivales de música han sido abordados tanto desde la perspectiva de su valor artístico y cultural intrínseco como desde la más controvertida utilización en estrategias económicas y territoriales de matriz neoliberal. En este contexto emergen conceptos como festivalización –de la ciudad y de la cultura– y ciudades instantáneas o ciudades para ser consumidas en un instante, que abordan los efectos de los grandes eventos culturales en la transformación urbana.

paigns that situate cities in the showcase of the world economy. This model may shine a spotlight on a given city, but it also generates shadows and other voids. New forms of business are developing technologies that facilitate the reception of large numbers of people attracted by leisure and cultural events like music festivals. The relationship between such cultural events and urban planning strategies, as well as their impact on the landscape, economy, and local culture has yet to be fully explored.

Concerns around the impacts generated on urban sustainability (ecological footprint, noise and nuisance, damage to the environment, precarious staffing conditions, etc.) (Gabeiras & Barahona, 2020) and debates around scale (exacerbated during the pandemic and in the post-COVID context) have highlighted an opposition between festivals linked to the territory and the local cultural fabric. On the one hand, some festivals are acceptable for the territory as well as the audiences who frequent them: non-crowded, non-invasive, non-strenuous festivals mounted on a human scale. On the other hand, some are immense live music macrofestivals associated with an extractivist dynamic, using the resources of a city for their own benefit; often these have been paid for by citizens, through taxes, receiving subsidies but without later contributing a portion the profits gained (Cruz, 2020).

To what extent has the abundance of festivals enriched the urban cultural fabric in small and medium-sized cities? This question remains unanswered. This gap in research prevents us at present from evaluating the correlation between music festivals and the appearance and/or strengthening of a network of spaces, entities, collectives, initiatives, circuits, and companies scattered throughout the urban space. It remains to be determined to what extent music festivals may be precursors or levers of territorial development, and whether they contribute to the achieve-

Las ciudades buscan formas de reinventarse y utilizan proyectos estrella de regeneración como estandartes de su capacidad de gestión, innovación y de despliegue tecnológico. En un contexto de economía globalizada, las ciudades tratan de exponerse al máximo y compiten entre ellas por atraer inversiones e ir escalando en una especie de ranking internacional en el que el turismo juega un papel importante. A la explotación del patrimonio cultural e histórico con fines turísticos hay que sumarle durante los últimos años la celebración de grandes eventos y campañas de marketing urbano que las colocan en el escaparate de la economía mundial. Un modelo que a la vez que proyecta sus luces provoca ciertas sombras y otro tipo de vacíos. Las nuevas formas de negocio desarrollan tecnologías que facilitan la acogida de un importante número de personas que vienen atraídas por la celebración de eventos asociados al ocio y la cultura como los festivales de música. Sin embargo, estamos muy lejos de haber explorado la relación entre estos eventos culturales y las estrategias de planificación urbana, su impacto sobre el paisaje, la economía y la cultura local.

Precisamente las preocupaciones sobre el impacto que generan en términos de sostenibilidad urbana (huella ecológica, molestias, ruido y daños al medio ambiente, precarias condiciones de trabajo de parte del personal, etc.) (Gabeiras y Barahona, 2020) y los debates sobre su escala, exacerbados en el contexto COVID-19 y pos-COVID, han venido a poner de manifiesto la oposición entre los festivales vinculados al territorio y al tejido cultural local, festivales asumibles tanto para el territorio en el que se celebran como para el público que los frecuenta. Festivales no masificados, no invasivos y no extenuantes. Festivales a escala humana. Y los grandes macrofestivales de música en vivo asociados a una dinámica extractivista que utiliza en beneficio propio los recursos de una ciudad, que se han costado con los impuestos de la ciudadanía, sin aportar parte de las ganancias sino al revés, recibiendo subvenciones (Cruz, 2020).

ment of intelligent, sustainable, and inclusive growth of a territory as articulated by its small and medium-sized cities.

BIBLIOGRAPHIC REFERENCES

- BENNETT, A., TAYLOR, J. & WOODWARD, I. (2014). *The festivalization of culture*. Farnham: Ashgate.
- BOOGAARTS, I. (1992). Food, fun en festivals: De festivalisering van de stad. En Burgers, J. (ed.) *De uitstad: over stedelijk vermaak*. Utrecht: Jan van Arkel.
- CRUZ, N. (2020). Festivales de música. Es hora de recapitular. *Periférica Internacional. Revista para el análisis de la cultura y el territorio*, (21), 76-83.
- CUDNY, W. (2014). The phenomenon of festivals: Their origins, evolution, and classifications. *Anthropos*, (H. 2), 640-656.
- CUDNY, W., KOREC, P. & ROUBA, R. (2012). Resident's perception of festivals – The case study of Łódź. *Sociológia Slovak Sociological Review*, 44, 704-728.
- ESCALONA-ORCAO, A. I., SÁNCHEZ-VALVERDE GARCÍA, B., NAVARRO-PÉREZ, M., PINILLOS-GARCÍA, M. & CONEJOS-SEVILLANO, A. (2021). Cultural Dynamism and Business Vitality in Medium-Sized Cities—Evidence and Proposals for Sustainable Development. *Sustainability*, 13(13), 7325.
- FAIVRE D'ARCIER, B. (2014). El futuro de los festivales europeos. En Klaić, D. (ed.) *Festivals in Focus*. Barcelona: Editorial UOC (Oberta UOC Publishing S.L.), 89-96.
- FOUCCROULLE, B. (2009). Avant-propos: Au cœur des identités européennes. En Autissier, A.M. (ed.) *L'Europe des festivals. De Zagreb à Édimbourg, points de vue croisés*. Toulouse/St. Denis: Editions de l'Attribut, 11-19.
- GABEIRAS VÁZQUEZ, P. & BARAHONA ARROYO, M. (2020). Plan de Acción para la adaptación de los festivales de música a la Agenda 2030. *Periférica Internacional. Revista para el análisis de la cultura y el territorio*, (21), 234-237.

La pregunta sobre ¿en qué medida la abundancia de festivales ha enriquecido el tejido cultural urbano en ciudades pequeñas y medias? está todavía sin responder. Este vacío en la investigación nos impide, de momento, evaluar la correlación entre festivales de música y la aparición y/o fortalecimiento de una red de espacios, entidades, colectivos, iniciativas, circuitos y empresas diseminados por el espacio urbano, en definitiva, en qué medida los festivales de música pueden ser precursores o palancas del desarrollo territorial y, más específicamente, contribuir a la consecución del crecimiento inteligente, sostenible e inclusivo del territorio articulado por la ciudades pequeñas y medias de nuestro país.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BENNETT, A., TAYLOR, J. & WOODWARD, I. (2014). *The festivalization of culture*. Farnham: Ashgate.
- BOOGAARTS, I. (1992). Food, fun en festivals: De festivalisering van de stad. En Burgers, J. (ed.) *De uitstad: over stedelijk vermaak*. Utrecht: Jan van Arkel.
- CRUZ, N. (2020). Festivales de música. Es hora de recapitular. *Periférica Internacional. Revista para el análisis de la cultura y el territorio*, (21), 76-83.
- CUDNY, W. (2014). The phenomenon of festivals: Their origins, evolution, and classifications. *Anthropos*, (H. 2), 640-656.
- CUDNY, W., KOREC, P. & ROUBA, R. (2012). Resident's perception of festivals – The case study of Łódź. *Sociológia Slovak Sociological Review*, 44, 704-728.
- ESCALONA-ORCAO, A. I., SÁNCHEZ-VALVERDE GARCÍA, B., NAVARRO-PÉREZ, M., PINILLOS-GARCÍA, M., & CONEJOS-SEVILLANO, A. (2021). Cultural Dynamism and Business Vitality in Medium-Sized Cities—Evidence and Proposals for Sustainable Development. *Sustainability*, 13(13), 7325.
- GETZ, D. (2010). The nature and scope of festival studies. *International journal of event management research*, 5(1), 1-47.
- GRÉSILLON, B. (2012). La festivalisation de la vie culturelle berlinoise. In Poirrier, Ph. (ed.) *Festivals et sociétés en Europe XIXe-XXIe siècles*. Territoires contemporains, nouvelle série 3. Université de Bourgogne. http://tristan.u-bourgogne.fr/CGC/publications/Festivals_societes/B_Gresillon.html
- GUERRA, P. (2016). 'From the night and the light, all festivals are golden': the festivalization of culture in the late modernity. En Guerra, P., & Costa, P. *Redefining art worlds in the late modernity*. Portugal: Universidade do Porto, Faculdade de Letras, 39-67.
- HÄUSERMANN, H. & SIEBEL, W. (1993). Die Politik der Festivalisierung und die Festivalisierung der Politik. Große Ereignisse in der Stadtpolitik. In H. Häussermann & W. Siebel (ed.) *Festivalisierung der Stadtpolitik: Stadtentwicklung durch große Projekte*. Leviathan. Sonderheft 13. Opladen: Westdeutscher Verlag, 7-31.
- HUGHES, G. (1999). Urban revitalization: The use of festive time strategies. *Leisure Studies*, 18, 119-135.
- JOHANSSON, M. & KOCIATKIEWICZ, J. (2011). City festivals: creativity and control in staged urban experiences. *European Urban and Regional Studies*, 18(4), 392-405.
- KARPIŃSKA-KRAKOWIAK, M. (2009). Festivalisation of the City: Contemporary Examples. *Urban People/ Lidé města*, 11(2), 338-350.
- KLAIC, D. (2014). *Festivals in Focus*. Budapest: Regional Observatory on Financing Culture in East-Central Europe.
- KRÜGER, S. (2013). Branding the city: Music tourism and the European Capital of culture event. En Krüger, S. & Trandafoiu, R. (ed.) *The Globalization of Musics in Transit*. New York: Routledge, 147-171.
- LORENTZEN, A. (2013). The role of culture festivals in regional development: The festival of Tordenskiold in Frederikshavn. En L.

- FAIVRE D'ARCIER, B. (2014). El futuro de los festivales europeos. En Klaic, D. (ed.) *Festivals in Focus*. Barcelona: Editorial UOC (OBERTA UOC PUBLISHING S.L.), 89-96.
- FOUCCROULLE, B. (2009). Avant-propos: Au coeur des identités européennes. En Autissier, A.M. (ed.) *L'Europe des festivals. De Zagreb à Édimbourg, points de vue croisés*. Toulouse/St. Denis: Editions de l'Attribut, 11-19.
- GABEIRAS VÁZQUEZ, P., & BARAHONA ARROYO, M. (2020). Plan de Acción para la adaptación de los festivales de música a la Agenda 2030. *Periférica Internacional. Revista para el análisis de la cultura y el territorio*, (21), 234-237.
- GETZ, D. (2010). The nature and scope of festival studies. *International journal of event management research*, 5(1), 1-47.
- GRÉSILLON, B. (2012). La festivalisation de la vie culturelle berlinois. In Poirrier, Ph. (ed.) *Festivals et sociétés en Europe XIXe-XXIe siècles*. Territoires contemporains, nouvelle série 3. Université de Bourgogne. http://tristan.u-bourgogne.fr/CGC/publications/Festivals_societes/B_Gresillon.html
- GUERRA, P. (2016). 'From the night and the light, all festivals are golden': the festivalization of culture in the late modernity. En Guerra, P., & Costa, P. *Redefining art worlds in the late modernity*. Portugal: Universidade do Porto, Faculdade de Letras, 39-67.
- HÄUSERMANN, H. & SIEBEL, W. (1993). Die Politik der Festivalisierung und die Festivalisierung der Politik. Große Ereignisse in der Stadtpolitik. In H. Häussermann & W. Siebel (ed.) *Festivalisierung der Stadtpolitik: Stadtentwicklung durch große Projekte*. Leviathan. Sonderheft 13. Opladen: Westdeutscher Verlag, 7-31.
- HUGHES, G. (1999). Urban revitalization: The use of festive time strategies. *Leisure Studies*, 18, 119-135.
- JOHANSSON, M. & KOCIATKIEWICZ, J. (2011). City festivals: creativity and control in staged urban experiences. *European Urban and Regional Studies*, 18(4), 392-405.
- Lindeborg & L. Lindkvist (ed.) *The value of arts and culture for regional development: A Scandinavian perspective*. London: Routledge, 43-59.
- MULDER, M., HITTERS, E. & RUTTEN, P. (2020). The impact of festivalization on the Dutch live music action field: a thematic analysis. *Creative Industries Journal*, 1-24.
- NÉGRIER, E., BONET, L. & GUÉRIN, M. (ed.) (2013). *Music festivals, a changing world. An International Comparison*. Paris: Éditions Michel de Maule. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01439617/document>
- NÉGRIER, E. (2015). Festivalisation: Patterns and Limits. In Newbold, C., Maughan, C., Jordan, J. & Bianchini, F. (ed.) *Focus on Festivals: Contemporary European Case Studies and Perspectives*. Oxford: Goodfellow Publishers Ltd., 18-27.
- O'DELL, T. (2005). Experiencescapes: Blurring borders and testing connections. In O'Dell, T. & Billing, P. (ed.) *Experiencescapes: Tourism, Culture and Economy*. Copenhagen: Copenhagen Business School Press, 11-33.
- PRENTICE, R. & ANDERSEN, V. (2003). Festival as creative destination. *Annals of Tourism Research*, 30, 7-30.
- RICHARDS, G. & WILSON, J. (2004). The impact of cultural events on city image: Rotterdam, cultural capital of Europe 2001. *Urban Research*, 41, 1931-1951.
- RONSTRÖM, O. (2016). Four facets of festivalisation. *Puls-Journal for Ethnomusicology and Ethnochoreology*, 1(1), 67-83.
- SEGAL, J. & GIORGI, L. (2009). *Euro-Festival Project. Art Festivals and the European Public Culture*. WP2 Main Report. European Arts Festivals from a Historical Perspective (Project No: 215747.) <<https://www.yumpu.com/en/document/read/10315711/cover-page-euro-festival>>
- SUNDBO, J. (2013). The Roskilde festival and its importance for regional industrial and cultural development. In L. Lindeborg & L. Lindkvist (ed.) *The value of arts and culture for regional development: A Scandinavian perspective*. London: Routledge, 74-93.

- KARPIŃSKA-KRAKOWIAK, M. (2009). Festivalisation of the City: Contemporary Examples. *Urban People/Lidé města*, 11(2), 338–350.
- KLAIC, D. (2014). *Festivals in Focus*. Budapest: Regional Observatory on Financing Culture in East-Central Europe.
- KRÜGER, S. (2013). Branding the city: Music tourism and the European Capital of culture event. En Krüger, S. & Trandafoiu, R. (ed.) *The Globalization of Musics in Transit*. New York: Routledge, 147–171.
- LORENTZEN, A. (2013). The role of culture festivals in regional development: The festival of Tordenskiold in Frederikshavn. En L. Lindeborg & L. Lindkvist (ed.) *The value of arts and culture for regional development: A Scandinavian perspective*. London: Routledge, 43–59.
- MULDER, M., HITTERS, E. & RUTTEN, P. (2020). The impact of festivalization on the Dutch live music action field: a thematic analysis. *Creative Industries Journal*, 1–24.
- NÉGRIER, E., BONET, L. & GUÉRIN, M. (ed.) (2013). *Music festivals, a changing world. An International Comparison*. Paris: Éditions Michel de Maule. <https://hal.archives-ouvertes.fr/hal-01439617/document>
- NÉGRIER, E. (2015). Festivalisation: Patterns and Limits. In Newbold, C., Maughan, C., Jordan, J. & Bianchini, F. (ed.) *Focus on Festivals: Contemporary European Case Studies and Perspectives*. Oxford: Goodfellow Publishers Ltd., 18–27.
- O'DELL, T. (2005). Experiencescapes: Blurring borders and testing connections. In O'Dell, T. & Billing, P. (ed.) *Experiencescapes: Tourism, Culture and Economy*. Copenhagen: Copenhagen Business School Press, 11–33.
- PRENTICE, R. & ANDERSEN, V. (2003). Festival as creative destination. *Annals of Tourism Research*, 30, 7–30.
- RICHARDS, G. & WILSON, J. (2004). The impact of cultural events on city image: Rotterdam, cultural capital of Europe 2001. *Urban Research*, 41, 1931–1951.
- RONSTRÖM, O. (2016). Four facets of festivalisation. *Puls-Journal for Ethnomusicology and Ethnochoreology*, 1(1), 67–83.
- UYYSAL, M. & GITLSON, R. (1994). Assessment of economic impacts: festivals and special events. *Festival Management and Event Tourism*, 2, 3–9.
- VAN AALST, I. & VAN MELIK, R. (2012). City festivals and urban development: does place matter? *European Urban and Regional Studies*, 19(2), 195–206.
- WYNN, J. R. & YETIS-BAYRAKTAR, A. (2016). The sites and sounds of placemaking: branding, festivalization, and the contemporary city. *Journal of Popular Music Studies*, 28(2), 204–223.
- ZHERDEV, N. (2014). *Festivalization as a creative city strategy*. IN3 Working Paper Series. Universitat Oberta de Catalunya (UOC).

- SEGAL, J. & GIORGI, L (2009). *Euro-Festival Project. Art Festivals and the European Public Culture*. WP2 Main Report. European Arts Festivals from a Historical Perspective (Project No: 215747.) <<https://www.yumpu.com/en/document/read/10315711/cover-page-euro-festival>>
- SUNDBO, J. (2013). The Roskilde festival and its importance for regional industrial and cultural development. In L. Lindeborg & L. Lindkvist (ed.) *The value of arts and culture for regional development: A Scandinavian perspective*. London: Routledge, 74-93.
- UYSAL, M. & GITLSON, R. (1994). Assessment of economic impacts: festivals and special events. *Festival Management and Event Tourism*, 2, 3-9.
- VAN AALST, I. & VAN MELIK, R. (2012). City festivals and urban development: does place matter? *European Urban and Regional Studies*, 19(2), 195-206.
- WYNN, J. R. & YETIS-BAYRAKTAR, A. (2016). The sites and sounds of placemaking: branding, festivalization, and the contemporary city. *Journal of Popular Music Studies*, 28(2), 204-223.
- ZHERDEV, N. (2014). *Festivalization as a creative city strategy*. IN3 Working Paper Series. Universitat Oberta de Catalunya (UOC).

**Mesa redonda.
Empresarios turísticos
y gestores de atractivos
turísticos (patrimonio,
museos, etc.) debatiendo
sobre recuperación y
sostenibilidad**

Diego López

Representante de la Agrupación Provincial de
Hostelería y Turismo de Cuenca

Santiago Langreo Valverde

Ex Director/Gerente del Museo de las
Ciencias de Castilla La Mancha y del Museo
de Paleontología de Castilla La Mancha
ORCID ID: 0000-0002-9437-6468

Guillermo de León Virtudes

CEO-Fundador de Turalia Servicios
Turísticos, S.L.

Moderador:

Antonio Palacios García

Departamento de Geografía de la
Universidad Autónoma de Madrid
ORCID ID: 0000-0001-6225-790X

El moderador de la mesa, Antonio Palacios García, profesor del Departamento de Geografía de la Universidad Autónoma de Madrid (UAM), abre la última sesión del congreso preguntando a los participantes su opinión sobre la situación del turismo antes y después del COVID.

Diego López, representante de la Agrupación Provincial de Hostelería y Turismo de Cuenca, indica que ha habido una evolución muy clara en la actitud de los empresarios turísticos durante el periodo de pandemia:

**Roundtable: tourism
entrepreneurs and
managers of tourist
attractions (heritage,
museums, etc.)
discuss recovery and
sustainability**

Diego López

Representante de la Agrupación Provincial de
Hostelería y Turismo de Cuenca

Santiago Langreo Valverde

Ex Director/Gerente del Museo de las
Ciencias de Castilla La Mancha y del Museo
de Paleontología de Castilla La Mancha
ORCID ID: 0000-0002-9437-6468

Guillermo de León Virtudes

CEO-Fundador de Turalia Servicios
Turísticos, S.L.

Moderador:

Antonio Palacios García

Departamento de Geografía de la
Universidad Autónoma de Madrid
ORCID ID: 0000-0001-6225-790X

The table's moderator, professor Antonio Palacios García of the Geography Department of the Autonomous University of Madrid (UAM), opened the final session of the congress by asking the participants their opinions on the state of tourism before and after COVID.

Diego López, representative of the Provincial Hotel and Tourism Association of Cuenca, indicated that a very clear evolution has taken place in the attitude of tourism entrepreneurs during the pan-

un primer momento de pánico durante el confinamiento; esperanza, tras la apertura; y, en la actualidad, tan solo un deseo de trabajar con normalidad ante la incertidumbre económica y jurídica existente (ERTES, créditos ICO, etc.).

Por su parte, Santiago Langreo Valverde, ex-Director-gerente del Museo de las Ciencias de Castilla-La Mancha y del Museo de Paleontología de Castilla-La Mancha señala que, para abordar la pandemia los museos han optado por dos alternativas diferentes: el modo supervivencia y el modo adaptación. En esta última situación, recalca que la digitalización resulta esencial para la supervivencia de los museos, aunque el proceso de virtualización de las colecciones no está exento de inconvenientes puesto que se pierde el rito de la visita a los centros expositivos.

Guillermo de León Virtudes, CEO-Fundador de Turalia Servicios Turísticos, menciona que, antes del COVID, las empresas turísticas tenían que lidiar con una serie de problemas que se han visto acentuados con la pandemia. Señala que las agencias de viajes se encuentran en una situación límite. De hecho, indica que muchas de las pequeñas y medianas empresas están cerrando y que los grandes turoperadores ingleses y alemanes están comprando las empresas turísticas españolas declaradas en quiebra. Bajo su punto de vista, resulta indispensable, primero, clarificar la situación jurídica actual y la inseguridad existente para que, posteriormente, los empresarios puedan invertir y reforzar el sector. Así mismo, es necesario que España supere sus problemas de capitalización.

Una vez realizado el diagnóstico sobre la situación actual de las empresas turísticas en un contexto COVID, se abre una reflexión sobre soluciones y alternativas posibles. Diego López, apunta que, aunque la situación de incertidumbre dificulta realizar cualquier tipo de planificación, esta resulta fundamental para la supervivencia del sector y del destino Cuenca.

demic period: an initial moment of panic during lockdown; then hope after the opening; and currently the mere desire to work normally in the face of existing economic and legal uncertainties (ERTES, ICO credits, etc.).

For his part, Santiago Langreo Valverde, former Managing Director of the Castilla-La Mancha Science Museum and the Castilla-La Mancha Paleontology Museum, pointed out that in order to address the pandemic, museums have bet for two alternatives: survival mode and adaptation mode. He emphasized that digitization is essential for the survival of museums, although the process of virtualizing collections is not free from drawbacks, as the ritual of visiting the exhibition centers may be lost.

Guillermo de León Virtudes, CEO-Founder of Turalia Servicios Turísticos, mentioned that before COVID, tourism companies already had to deal with a number of problems that have since been accentuated by the pandemic. Travel agencies are stuck in a limiting situation, and many small and medium-sized companies are closing, while large English and German tour operators are buying the Spanish companies that have been declared bankrupt. From his point of view, it is essential to clarify the current legal situation and the ongoing insecurity so that business can invest in and strengthen the sector. Likewise, it is necessary for Spain to overcome its problems of capitalization.

Once a diagnosis has been made of the current situation of tourism companies in the context of COVID, reflection can advance on possible solutions and alternatives. Diego López, remarked that although uncertainty makes any type of planning difficult, this is essential for the survival of the sector and for Cuenca as a destination.

Along these same lines, Santiago Langreo suggested long-term planning based on a series of fundamental recommendations by the World Tourism Organization:

Santiago Langreo, en esta misma línea, sugiere planificar en el largo plazo atendiendo a una serie de ideas fundamentales, recogidas como recomendaciones por la propia Organización Mundial del Turismo:

- Intercambio de información entre agentes involucrados con el objetivo de sacar a la luz buenas prácticas turísticas;
- Alianzas innovadoras con otros contextos no turísticos. Desde el museo, por ejemplo, están empezando a trabajar con el sector del motociclismo;
- El fomento del futuro sostenible y sustentable del turismo cultural;
- La mejora de las estructuras de gobernanza relacionadas con el turismo y la cultura;
- Trabajar con otros segmentos de mercado. De hecho, ellos están captando otros perfiles de visitantes y están realizando actividades, por ejemplo, con padres.

Finalmente, Guillermo de León se manifiesta partidario de reforzar la seguridad actual de las empresas turísticas para que puedan adaptarse a la “nueva normalidad”. En el caso concreto del casco histórico de Cuenca opina que su estado de conservación es regular. Apunta que ha habido muchos planes turísticos, pero estos han sido efímeros y terminan por no aplicarse en su totalidad. Considera que las administraciones deberían ser más efectivas en el ámbito de la planificación turística y no estar en “Matrix”. Por último, indica que el centro histórico está vacío, es una ciudad fantasma, y siguen sin resolverse los problemas de accesibilidad, movilidad y tráfico.

- Exchange of information among agents involved in order to bring good tourism practices to light;
- Innovative alliances with non-touristic contexts. For example, the Science Museum is beginning to work with the motorcycling sector;
- Promotion of the sustainable future of cultural tourism;
- Improvement of governance structures related to tourism and culture;
- Collaboration with other market segments, as in capturing new visitor profiles or undertaking activities involving children and parents.

Finally, Guillermo de León spoke in favor of reinforcing the current security of tourism companies so they can adapt to the ‘new normal’. In the specific case of the historic center of Cuenca, he believes that its state of conservation is not adequate. There have been many tourist plans, but these have proven ephemeral and have not been applied in their entirety. He believes that administrations should be more effective in tourism planning and not get caught in “the Matrix”. Finally, he indicated that the historic center is currently empty – a ghost town – while problems of accessibility, mobility, and traffic remain unresolved.

**Documentos de
investigación originados por
el proyecto. Publicados y/o
accesibles en web**

**Research documents
originated by the project.
Published and/or accessible
on the web**

- BARRADO-TIMÓN, D. (2022). Economía de la cultura y ciudad. Los aspectos socioespaciales en el desarrollo de clústeres culturales y en el funcionamiento de las organizaciones. En *Cultura y turismo en ciudades medias. Diálogos para un escenario post-covid*. Cuenca, 16 y 17 de septiembre de 2021. Accesible en este documento y en <http://culturayterritorio.com/seminario-cultura-y-turismo-en-ciudades-medias-dialogos-para-un-escenario-pos-covid-cuenca-2021/>
- BARRADO-TIMÓN, DIEGO, ANA I. ESCALONA-ORCAO, CARMEN HIDALGO-GIRALT, CARMEN VÁZQUEZ-VARELA, AND FRANCISCA CEA-D'ANCONA. 2022. "A local territorial approach to the operation of the culture economy in medium and small cities. Case study of the Spanish cities of Mérida and Cuenca", *Boletín De La Asociación De Geógrafos Españoles*, (92). <https://doi.org/10.21138/bage.3185>.
- BARRADO-TIMÓN, D., ESCALONA-ORCAO, A., ESCOLANO-UTRILLA, S., & SÁNCHEZ-VALVERDE, B. (2018). Los clusters de industrias culturales en pequeñas y medianas ciudades intra y extrametropolitanas. Un análisis comparado. In International Conference on Regional Science. Hacia un modelo económico más social y sostenible. XLIV Reunión de Estudios Regionales, Valencia, Spain, November 2018. https://www.researchgate.net/publication/330752856_Los_clusters_de_industrias_culturales_en_pequenas_y_medianas_ciudades_intra_y_extrametropolitanas_Un_analisis_comparado
- BARRADO-TIMÓN D, PALACIOS-GARCÍA A, HIDALGO-GIRALT C. Medium and Small Cities, Culture and the Economy of Culture. A Review of the Approach to the Case of Spain in Light of International Scientific Scholarship. *Sustainability*. 2020; 12(18):7321. <https://doi.org/10.3390/su12187321>
- ESCALONA-ORCAO, A.I., BARRADO-TIMÓN, D.A., ESCOLANO-UTRILLA, S., SÁNCHEZ- VALVERDE, B., NAVARRO-PÉREZ, M., PINILLOS-GARCÍA, M. & SÁEZ-PÉREZ, L.A. (2021a). Cultural and Creative Ecosystems in Medium-Sized Cities: Evolution in Times of Economic Crisis and Pandemic. *Sustainability* (13). <https://doi.org/10.3390/su13010049>

- ESCALONA-ORCAO, A.I., SÁNCHEZ-VALVERDE GARCÍA, B., NAVARRO-PÉREZ CRUZ, M., PINILLOS-GARCÍA, M. & CONEJOS-SEVILLANO, A. (2021b). Cultural Dynamism and Business Vitality in Medium-Sized Cities—Evidence and Proposals for Sustainable Development. *Sustainability*, (13). <https://doi.org/10.3390/su1317325>
- ESCALONA-ORCAO, ANA ISABEL; SÁNCHEZ-VALVERDE GARCÍA, BELÉN; NAVARRO PÉREZ, M^a CRUZ; PINILLOS-GARCÍA, MARIOLA; SÁEZ PÉREZ, LUIS ANTONIO (en prensa): La cultura en las ciudades medianas españolas. Exposición a la pandemia de COVID-19 y elementos para su recuperación. En Miramontes, A. (ed): “La crisis de la COVID-19 y su comportamiento territorial a diferentes escalas”. Grupo de Investigación ANTE (Análisis Territorial) del IDEGA (Instituto Universitario de Estudios y Desarrollo de Galicia) USC (Universidad de Santiago de Compostela).
- ESCALONA-ORCAO, ANA ISABEL; SÁNCHEZ-VALVERDE GARCÍA, BELÉN; NAVARRO PÉREZ, M^a CRUZ; PINILLOS-GARCÍA, MARIOLA; SÁEZ PÉREZ, LUIS ANTONIO (2021c): Cultura y desarrollo en las ciudades medias: una relación prometedora para ciudades como Gandía. En Arte y creatividad para las ciudades en cambio. ¿Es hora de la cultura? Valencia, 15 y 16 de julio de 2021, accesible en <https://events.fundacio.es/e/722/ueg2021-curs-15-art-i-creativitat-per-a-les-ciutats-en-canvi-es-hora-de-la-cultura>
- ESCALONA-ORCAO, ANA ISABEL; SÁNCHEZ-VALVERDE GARCÍA, BELÉN; NAVARRO PÉREZ, M^a CRUZ; PINILLOS-GARCÍA, MARIOLA; SÁEZ PÉREZ, LUIS ANTONIO (2022): Cultura y desarrollo territorial. Un análisis de las ciudades medianas españolas mediante la herramienta europea Cultural and Creative Cities Monitor. *Boletín de la Asociación Española de Geografía*, nº 92. Aceptado para su publicación en marzo de 2022.
- ESCALONA-ORCAO, ANA ISABEL; SÁNCHEZ-VALVERDE GARCÍA, BELÉN; NAVARRO PÉREZ, M^a CRUZ; PINILLOS-GARCÍA, MARIOLA; SÁEZ PÉREZ, LUIS ANTONIO (2022): Cultura y desarrollo urbano. El reto de la información. En *Cultura y turismo en ciudades medias. Diálogos para un escenario post-covid*. Cuenca, 16 y 17 de septiembre de 2021. Accesible en este documento y en <http://culturayterritorio.com/seminario-cultura-y-turismo-en-ciudades-medias-dialogos-para-un-escenario-pos-covid-cuenca-2021/>
- HIDALGO-GIRALT, C.; & PALACIOS-GARCÍA, A. (2022). La intensidad turística en las ciudades españolas medias y pequeñas. Presentación de resultados. En *Cultura y turismo en ciudades medias. Diálogos para un escenario post-covid*. Cuenca, 16 y 17 de septiembre de 2021. Accesible en este documento y en <http://culturayterritorio.com/seminario-cultura-y-turismo-en-ciudades-medias-dialogos-para-un-escenario-pos-covid-cuenca-2021/>
- HIDALGO-GIRALT, C., PALACIOS-GARCÍA, A., & BARRADO-TIMÓN, D. (2020). El comportamiento del turismo internacional con motivación cultural. El caso de las ciudades medias y pequeñas española overtourism? undertourism? In G. Pons, A. Blanco-Romero, R. Navalón-García, L. Troitiño-Torralba, & M. Blázquez-Salom (Edit.), *Sostenibilidad Turística: Overtourism vs Undertourism* (pp. 391 – 403). Palma de Mallorca: Mon. Soc. Hist. Nat. Balears, 31, Societat d’Història Natural de les Balears. Retrieved from <https://bit.ly/HidalgoPalaciosBarrado>
- HIDALGO-GIRALT C.; PALACIOS-GARCÍA, A.; Barrado-Timón D.; & Cea-D’Ancona, F. Tourist intensity in medium and small Spanish cities. An urban tourism research using a quantitative indicator: the IIT. *Investigaciones turísticas* (en evaluación).

- NAVARRO PÉREZ, M^a CRUZ; PINILLOS-GARCÍA, MARIOLA; ESCALONA-ORCAO, ANA ISABEL; SÁNCHEZ-VALVERDE GARCÍA, BELÉN (2021d): Cultura y desarrollo urbano sostenible: una relación prometedora para las ciudades medias. International Conference on Regional Science, Madrid, 24 a 26 de noviembre de 2021. Accesible en http://culturayterritorio.com/wp-content/uploads/2021/12/p_176-1.pdf
- PALACIOS, A.; HIDALGO, C.; NARVAEZ, C. (2020): “Transformaciones en los equipamientos culturales vinculadas a la gentrificación y la turistificación. Diferencias y similitudes entre ciudades grandes y medias”. En Farinós, J. (Coord.): *Desafíos y oportunidades de un mundo en transición. Una interpretación desde la Geografía*, Universitat de Valencia y Tirant lo Blanch, Valencia, pp. 649-662.
- SÁEZ-CALA, A.; & CEA-D’ANCONA, F. (en evaluación). Financial economic analysis of cultural companies in small and medium-sized cities in Spain.
- VÁZQUEZ-VARELA, C. (2022). El fenómeno de los festivales de música en las ciudades medias y pequeñas en España: entre la importancia del contexto espacial y el riesgo de la ‘festivalización’. En Zapata, J. (ed.): *Humanitatis Alma. Estudios en homenaje al profesor Pedro Miguel Ibáñez Martínez*. Cuenca, Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha. (en proceso de publicación).
- VÁZQUEZ-VARELA, C. (2022). Los festivales de música en ciudades medias y pequeñas: entre la identidad, el desarrollo y la festivalización. En *Cultura y turismo en ciudades medias. Diálogos para un escenario post-covid*. Cuenca, 16 y 17 de septiembre de 2021. Accesible en este documento y en <http://culturayterritorio.com/seminario-cultura-y-turismo-en-ciudades-medias-dialogos-para-un-escenario-pos-covid-cuenca-2021/>
- VÁZQUEZ-VARELA, C.; BARRADO TIMÓN, D.A.; & MARTÍNEZ NAVARRO, J.M. (2022). Music festivals in small and medium-sized Spanish cities: between place dependency and spatially unbounded festivals, territorial identity and festivalization.

**Publicaciones asociadas al
proyecto. Publicados y/o
accesibles en web**

**Publications associated with
the project. Published and/
or accessible on the web**

- BARRADO-TIMÓN D.; HIDALGO-GIRALT C. The Historic City, Its Transmission and Perception via Augmented Reality and Virtual Reality and the Use of the Past as a Resource for the Present: A New Era for Urban Cultural Heritage and Tourism? *Sustainability*. 2019; 11(10):2835. <https://www.mdpi.com/2071-1050/11/10/2835/htm>
- ESCALONA ORCAO, A.I. (2022): La accesibilidad a los servicios en zonas de baja demanda. Planteamientos y análisis. Congreso conjunto de los Grupos de Geografía Económica, Estudios Regionales y Geografía de los Servicios, Asociación de Geógrafos Españoles (publicación en preparación)
- HIDALGO, C.; PALACIOS, A.; BARRADO, D. (2018): “El Observatorio de turismo emisor de España (OBSERVATUR). Una iniciativa de colaboración universidad-empresa en el ámbito del conocimiento turístico”. En Río Fernandes, J. et al. (Coords.): *La Península Ibérica en el mundo: problemas y desafíos para una intervención activa de la Geografía*, Centro de Estudos Geográficos da Universidade de Lisboa, Lisboa, pp. 804-812. https://www.researchgate.net/publication/330752896_EL_OBSERVATORIO_DE_TURISMO_EMITOR_DE_ESPANA_OBSERVATUR_UNA_INICIATIVA_DE_COLABORACION_UNIVERSIDAD-EMPRESA_EN_EL_AMBITO_DEL_CONOCIMIENTO_TURISTICO
- HIDALGO-GIRALT C.; PALACIOS-GARCÍA A.; Barrado-Timón D.; & Rodríguez-Esteban J.A. Urban Industrial Tourism: Cultural Sustainability as a Tool for Confronting Overtourism—Cases of Madrid, Brussels, and Copenhagen. *Sustainability*. 2021; 13(9):4694. <https://doi.org/10.3390/su13094694>

Webs del proyecto de investigación

Research project websites

Página general del grupo de investigación 'Cultura y territorio'

<http://culturayterritorio.com/>

'Cultural and Creative Cities Monitor. Indicadores para las ciudades españolas de 50 a 100.000 habitantes'. Acceso a base de datos, cartografía, análisis y explicación del modelo.

<http://culturayterritorio.com/cultural-and-creative-cities-monitor/>

Congreso 'Cultura y territorio. Las actividades culturales en las pequeñas y medianas ciudades'. Huesca, 30 y 32 de enero de 2020. Acceso al programa, participantes, presentaciones y vídeos de las sesiones.

<http://culturayterritorio.com/seminario-2020/>

Seminario 'Cultura y turismo en ciudades medias. Diálogos para un escenario postcovid'. Cuenca 17 y 17 de septiembre de 2021. Acceso al programa, participantes, presentaciones y vídeos de las sesiones.

<http://culturayterritorio.com/seminario-cultura-y-turismo-en-ciudades-medias-dialogos-para-un-escenario-pos-covid-cuenca-2021/>

