



INFORME DE SITUACIÓN SOBRE LAS ICC EN CASTILA LA MANCHA

Diciembre, 2017



Las Industrias Culturales y Creativas en la Comunidad de Castilla-La Mancha¹

Pérez Del Pozo, María José perezdelpozo@ucm.es; Rubio, Dolores dolorubio@ucm.es; y Príncipe, Sergio sprincip@ucm.es

Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense de Madrid, España.

Contenido

A)	INTRODUCCIÓN: EL CONTEXTO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS EN CASTILLA-LA MANCHA.....	3
1.	Entorno económico y sociocultural.....	3
2.	Empresas culturales, inversión pública, consumo y políticas culturales.....	6
3.	Perfil digital de la región	8
B)	ESTADÍSTICAS CULTURALES Y CREATIVAS: MODELO MELICC (2008-2014)	8
1.	El peso de las ICC en Castilla-La Mancha: serie histórica	9
	<i>Tabla 2. Serie histórica 2008-2014.....</i>	<i>10</i>
2.	Empleo cultural.....	11
	<i>Tabla 4. Evolución empleo ICC. Serie histórica</i>	<i>11</i>
	<i>Tabla 5. Tasas de variación interanual en empleo ICC 2008-2013.....</i>	<i>12</i>
	<i>Tabla 6. Aportación empleo de las ICC</i>	<i>12</i>
	<i>Fuente: MELICC e INE (Encuesta Anual de Servicios). Año 2014.....</i>	<i>13</i>
	<i>Fuente: MELICC, INE (Encuestas Anuales de Servicios 2008-2014).....</i>	<i>13</i>
	<i>Tabla 7. Tasa media de variación del empleo (2008-2014)</i>	<i>13</i>
	<i>Fuente: MELICC.....</i>	<i>14</i>
3.	Empresas culturales y creativas	14
4.	Resultados económicos	16
	<i>Tabla 9. Evolución variables económicas 2008-2014.....</i>	<i>16</i>
C)	ANÁLISIS DETALLADO POR SECTORES.....	17
1.	Atractivo y compromiso de las ICC en Castilla-La Mancha (políticas y actuaciones)	17

¹ Informe correspondiente a la Comunidad Valenciana de la investigación “La transformación de las industrias culturales y creativas en España: cambio digital, competitividad, empleo y contribución al bienestar social en el Horizonte 2020” (CSO2013-42822-R) subvencionada por el programa estatal de investigación, desarrollo e innovación orientada a los retos de la sociedad (IP: Marcial Murciano Martínez, UAB).

2.	Resultados sectoriales	24
3.	Las actividades ICC en Castilla-La Mancha	28
D)	CONCLUSIONES	38
E)	BIBLIOGRAFÍA.....	40

A) INTRODUCCIÓN: EL CONTEXTO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES Y CREATIVAS EN CASTILLA-LA MANCHA

Desde que 2008 significase el punto de partida de una severa crisis, muchas han sido las consecuencias que se han visto reflejadas en las políticas públicas de la más diversa índole. Las medidas de reconversión económica y un esfuerzo estratégico por precintar la austeridad como exigencia imprescindible de cualquier decisión, tanto del Gobierno central como de los autonómicos, han desarrollado un riguroso ajuste de objetivos y proyecciones que han servido para medir cuáles han sido las prioridades que las diversas administraciones han decidido impulsar frente a otras.

Las industrias culturales y creativas (ICC), por supuesto, no han sido la excepción. Es más, con los datos que se proyectan en esta investigación, una de las hipótesis que se maneja es cómo precisamente este sector se ha visto seriamente dañado por una crisis prolongada que las ha dejado muy en segundo plano. Al mismo tiempo, se convierten en un interesante síntoma de otros problemas estructurales, ya que la evolución y consumo de las ICC se proyecta en otros niveles de evolución económica y social. Es decir, en un periodo de tensión económica, individuos, familias e instituciones reorientan su participación y su implicación con las ICC. Por ello, consideramos esencial acercarnos a este universo apelando a algunos datos de carácter macroeconómico que nos permitan, durante el periodo en el que se focaliza esta investigación, dibujar el perfil de anclaje de las industrias culturales en Castilla-La Mancha en este complejo escenario.

1. Entorno económico y sociocultural

Uno de los elementos macroeconómicos que sirve para medir la evolución de la riqueza en un ámbito determinado es el producto interior bruto (PIB), cuya evolución en Castilla-La Mancha durante el periodo analizado ha sido francamente negativo. Desde 2008, la Tasa de Variación Anual ha pasado de mostrar un crecimiento del 4,3% al dato en negativo de 2014 que la establece en un 1,0%². En términos absolutos, y si tomamos la referencia del PIB a precio de mercado, esta evolución significa que de los 40.369.312 euros que logró generar Castilla-La Mancha en 2008 se ha pasado a los 36.463.389 €. El efecto de la crisis, pues, en este sentido, ha sido más que evidente. A este comportamiento hay que añadir el hecho de que, en niveles de PIB, Castilla-La Mancha supone el 3,6% del total nacional para España³, ubicándose, pues, entre las regiones más pobres del país y que más ajuste han sufrido en sus cuentas a nivel global. Si reducimos esta estadística a términos 'per cápita' durante el periodo analizado, se hace patente el fuerte impacto económico que se ha sufrido en esta comunidad en una perspectiva que implica a las rentas

² Datos extraídos del INE a partir del informe de Contabilidad Regional de España - Base 2010.

³ En 2014 este valor se recortó en una décima, hasta el 3,5%.

familiares. Si el PIB per cápita en 2008 según el INE se establecía en 19.697€, en 2014 este parámetro se había recortado en casi 2.000 euros —es decir, un 10,4%—, hasta estabilizarse en los 17.636€. En este aspecto, Castilla-La Mancha no se comportó de manera diferente al resto de España (de 24.274€ per cápita hasta los 22.412€), aunque sí que se sitúa muy distante de la media nacional⁴.

Evidentemente, estos datos no predisponen a las administraciones a proteger de manera prioritaria el desarrollo de las ICC en función de una coyuntura especialmente negativa. Si bien la evolución cuantitativa que marcamos habla por sí sola, ámbitos sindicales se basaron en ella para argumentar que la región “se ha visto tremendamente afectada por las políticas de austeridad impulsadas por los gobiernos regional y nacional” (Comisiones Obreras, 2015:3).

Otro elemento de especial interés que debemos tener en cuenta y que determina tanto el desarrollo como el consumo final de las ICC es el perfil demográfico de la población castellano-manchega. Aunque en el periodo 2008-2014 se ha apreciado un leve incremento demográfico en la región (de 2.050.500 hasta los 2.067.600 habitantes⁵), ya hay indicios de que, aunque muy pausado, se avecina una disminución poblacional. A efectos estadísticos, el INE contabilizó a 1 de julio de 2015 que Castilla-La Mancha contaba con 2.054.900 habitantes. Según algunos agentes sociales, como se refleja en Malgesini Rey (2014:12), “desde 2012 a 2022 asistiremos a un descenso de población cercano a las 75.000 personas”. Estas perspectivas son coherentes con las proyecciones de población oficiales del gobierno de Castilla-La Mancha⁶.

La primera conclusión demográfica a la que se puede llegar es precisamente la escasa densidad de población de Castilla-La Mancha. Toledo se perfila como la provincia más poblada, comportamiento que no extraña pues esta tendencia suele corresponderse con el perfil de ciudad que es capital autonómica y, a la vez, provincial. Esta tendencia se repite en las demás capitales de provincia (Guadalajara, Cuenca, Ciudad Real y Albacete). Otra referencia poblacional importante en este sentido es Talavera de la Reina y los núcleos urbanos comprendidos por La Mancha, el área metropolitana de Albacete, Campo de Calatrava, la vega mediana del Tajo, la comarca de la Sagra, la Campiña del Henares, el Corredor de Almansa y los Campos de Hellín (Malgesini Rey, 2014:9-10). En cualquier caso, una de las características especialmente reseñables de esta aproximación demográfica es que es en las capitales de provincia y de Talavera de la Reina donde más población castellano-manchega se concentra, representando estos puntos, localizaciones que superan los 55.000 habitantes. El resto de la población se dispersa entre núcleos urbanos de menor tamaño, por debajo de dicho umbral de población, y localizaciones de ámbito rural. Para nuestro objeto de estudio, estos elementos son bien interesantes si entendemos que, por un lado, los centros más habitados y, por tanto, más urbanos, tienen una mayor disposición a dinamizar las ICC así como sus habitantes, que pueden presentar una mayor interacción con este sector. Pero volvamos de nuevo al elemento económico, puesto que se destaca como un factor imprescindible si hablamos de la capacidad de impulso, conservación y difusión de las industrias culturales, así como de su consumo.

Si bien los castellano-manchegos no se encuentran en el furgón de cola o en una situación extrema según revela la Encuesta de Condiciones de Vida del Instituto Nacional de Estadística (INE)⁷, el poder adquisitivo en esta región se sitúa bastante por debajo de la media española si tenemos en cuenta que el nivel de ingresos medio por persona y año se establece en 8.498 euros⁸. Pero más allá de los términos en valor absoluto, apelemos al reflejo cualitativo de este dato porque no puede dejarse al margen que en Castilla-La Mancha la tasa de riesgo de pobreza se ubica en el 28,5%.

4 De nuevo, nuestra referencia vuelve a ser el INE y su informe de Contabilidad Regional.

5 Cifra que representa no más del 4,4% del total de España.

6 Pueden consultarse dichas proyecciones oficiales desde 2016 y hasta 2031 en la siguiente web oficial del gobierno autonómico: <http://www.ies.jccm.es/estadisticas/por-tema/poblacion/cifras-de-poblacion/>

7 Se puede acceder a un resumen de los datos en el siguiente vínculo: <http://www.ine.es/prensa/np969.pdf>

8 La encuesta, cuyos resultados se conocen en 2015, se elabora con datos referidos al ejercicio 2014.

En paralelo, el modelo educativo —otro parámetro de interés para el sostenimiento, desarrollo y difusión de las industrias creativas— de Castilla-La Mancha no parece arrojar tampoco datos especialmente positivos o que puedan alimentar e impulsar de algún modo las ICC. De hecho, las estadísticas revelan una realidad bastante concluyente al respecto. Por ejemplo, entre la franja de edad que se extiende entre los 25 y los 64 años, el número de personas que manifiestan un nivel de formación bajo en 2014 supera el 50%. Este índice se reduce si nos detenemos en el escalón demográfico previo, el que agrupa a los ciudadanos de entre 18 y 24 años, donde el porcentaje se establece en el 42,2%. Son solo datos fríos pero que en realidad permiten anclar una premisa determinante para las ICC: a menor formación, menor consumo, sobre todo si subrayamos que las edades que nos han servido de referencia son las más proclives a invertir en ICC, bien sea como extensión del modelo educativo (tareas complementarias en las que la ICC puedan servir de apoyo), como disfrute del tiempo de ocio. Si esa es la máxima, con estos niveles de formación, unidos a los rasgos económicos ya descritos, el caldo de cultivo para fomentar, difundir y optimizar el sector cultural es cuanto menos complejo. Pero profundicemos un poco más al superar este comportamiento genérico. Pensemos a continuación en cuántos de aquellos ciudadanos de esta autonomía inscritos en programas de formación universitaria se vinculan a las distintas áreas culturales. El dato, desde luego, es también esclarecedor. De hecho, el 8% de los estudiantes universitarios de la comunidad lo hace en ámbitos relacionados con las ICC, especialmente en los sectores de Artes Visuales, Libros y prensa y Arquitectura⁹. De hecho, la administración manchega, según desglosa el Ministerio de Educación y Cultura¹⁰, asumió un gasto en educación de 1.466.811 euros, cifra que supone una participación del 3,3% del conjunto nacional. Pero más allá de este dato concreto —que aparte de cuestiones políticas puede entrañar implicaciones demográficas— lo que sí nos permite plantear una valoración es el hecho de que este gasto, en realidad, supone un recorte del 2% con respecto a lo empleado en el ejercicio anterior (2013). En cualquier caso, y aunque reconocemos que dicho perfil puede ser útil aunque no definitivo, conviene tener en cuenta que no todas las clasificaciones y análisis cualitativos sobre el sistema educativo son especialmente neutrales e inertes a diversos sesgos. Es más, en ciertos ámbitos se remarca que no siempre el nivel de gasto se corresponde con un mejor nivel educativo en los ciudadanos. Otra cuestión que también valoramos es que no siempre el alcance de una determinada formación o rango cultural se corresponde con una participación activa en las ICC. Ciertamente es que puede haber cierta predisposición, pero no relaciones directamente proporcionales en todos los casos que puedan darse por descontadas o evidentes.

Nos detenemos brevemente en este punto en el modelo universitario de esta Comunidad, que nos permite valorar un esquema descentralizado de campus universitario, con una notable proliferación de centros vinculados a las ciudades de mayor concentración demográfica: la Universidad de Castilla-La Mancha (UCLM) comenzó a funcionar en 1995, con campus en Albacete, Ciudad Real, Cuenca y Toledo, además de dos sedes universitarias en Talavera de la Reina y Almadén. Este modelo de dispersión geográfica facilitó inicialmente una fuerte presencia social de la UCLM en los entornos familiares de la región, al evitar los desplazamientos de estudiantes a otras Comunidades vecinas. Entre 2010 y 2012, la Universidad obtuvo el sello de Excelencia Internacional y conservó una relación muy cercana con los centros de educación Secundaria, lo que permitía la continuidad del sistema educativo y la demanda de estudiantes. Sin embargo, y este dato afecta de lleno a la serie histórica con la que trabajamos en nuestro estudio, entre los cursos 2010-2011 y 2014-2015, la UCLM perdió más de un 30% del número de alumnos de nuevo ingreso. Ese descenso de universitarios, aunque se da en todas las ramas excepto en Ciencias de la Salud (+2%), es especialmente agudo en Artes y Humanidades donde la caída alcanza el 30%, así como en Ingeniería y Arquitectura cuyo descenso llega al 26%¹¹, ramas todas ellas sensibles a la formación y desarrollo de las ICC.

⁹ Ver: <http://centresderecerca.uab.cat/oic/content/icc-contexto-socio-economico>

¹⁰ Cfr. con las Estadísticas de Gasto Público en Educación referidas a 2014. El propio Ministerio advierte que lo publicado es el compendio de los resultados provisionales: <http://www.mecd.gob.es/dms/mecd/servicios-al-ciudadano-mecd/estadisticas/educacion/recursos-economicos/gasto-publico/2014/NotaRes.pdf>

¹¹ Tejada Ponce, Ángel: "UCLM y planificación estratégica, un binomio obligado a partir del 9 de febrero". 3 de enero de 2016. www.lacerca.com Noticias de Castilla-La Mancha.

2. Empresas culturales, inversión pública, consumo y políticas culturales

Ya sobre el terreno, y a modo de bosquejo, el punto de partida para abordar las Industrias Culturales y Creativas en Castilla-La Mancha es el análisis previo estadístico que aporta nuestra investigación. En esta comunidad autónoma, en 2014 se contabilizaron hasta 3.664 empresas ligadas con las ICC que generaron 7.274 puestos de trabajo (un 1,8% del total autonómico). Con estos datos la región no es, desde luego, un líder nacional en este ámbito, ya que estas cifras representan el 2,4% del conjunto de España. En cuanto al volumen de negocio de estas empresas, tampoco el porcentaje que se genera es especialmente significativo en términos nacionales pues no supera el 0,7%, aunque conviene señalar que no es el más bajo del país pues detrás de Castilla-La Mancha se ubican, según estos parámetros, regiones como Asturias, Murcia, Navarra, Cantabria, Extremadura y La Rioja.

Un elemento de análisis interesante es el que nos permite medir la inversión pública en ICC que se impulsa desde la administración regional. Si atendemos a lo contemplado en la *Ley de Presupuestos Generales de Castilla-La Mancha 2014* esta autonomía, bajo el epígrafe “Educación, Cultura y Deporte” (Gobierno de Castilla-La Mancha, 2014) se prevén unos ingresos de 17.679.030 euros. De ellos, una mínima parte es la que procede de actividades directamente relacionadas con las industrias culturales y creativas como son:

Venta de publicaciones: 50.000 €

Entradas a museos, exposiciones y espectáculos: 369.980€

Con estos exiguos números, podemos hacernos una idea de la débil capacidad que tiene la región para ‘monetarizar’ las actividades culturales a pesar del interesante patrimonio que la Comunidad atesora, como veremos en secciones posteriores de este informe, y el interés por vincular estas a una actividad tan importante como el turismo. Aun con todo, también hay que considerar que, en este aspecto, ciertas actividades están subvencionadas por la región, por lo que la capacidad de recabar ingresos también se ve aminorada por este motivo.

Si nos detenemos en los gastos (Gobierno de Castilla-La Mancha, 2014:294-301, Tomo I) podremos extraer las siguientes cifras:

Servicio de publicaciones: 128.510 €

Libros, archivos y bibliotecas: 11.622.000 €

Gestión cultural: 4.292.480 €

Patrimonio artístico y museos: 26.003.490 €

Ordenación y promoción de la artesanía: 452.600 €

Estos cinco ejes suman en total 42.499.080 € de un total de 161.534.550 €, lo cual significa que en los presupuestos de 2014, Castilla-La Mancha dedicó el 26,3% de su gasto en Educación, Cultura y Deporte a sostener actividades vinculadas con las industrias culturales y creativas. Las partidas mayoritarias se focalizaron hacia el sostenimiento de la educación pública.

En cualquier caso, con este somero análisis, se hace patente que el esfuerzo que asume la región es bastante más amplio que los ingresos que espera obtener con el desarrollo de las actividades culturales. Consideremos, pues, que el gasto público destinado a cultura por parte de Castilla-La Mancha se seguía ubicando en 2014 por debajo del umbral considerado como referencia (0,6%), es decir, un 0,4%, lo cual equivale a que la región invierte por cada ciudadano unos 76,11% en ICC. En este sentido, y siguiendo el análisis del Modelo MELICC, notaremos que el comportamiento en este ámbito de esta autonomía no es, en realidad, de las peores situaciones. Lideran este aspecto País Vasco, Extremadura y Castilla y León; Castilla-La Mancha se ubica justo detrás de ellas.

Lo que sí parece quedar de manifiesto es que, ateniéndonos a los datos económicos, no parece que ese comportamiento económico se vea compensado a través del gasto que se produce en la Comunidad por parte de cada ciudadano. Si en el año 2008 el consumo cultural medio ascendía a 298 € per cápita, esa cantidad había descendido en más de un 33% para el año 2014, con un total per cápita de 199 €. Porcentualmente hay una caída próxima a un punto en el gasto cultural de los hogares en ese mismo período, que descendió del 3% en 2008 al 2,1% en 2014. En la correlación entre el consumo cultural y el PIB autonómico, Castilla-La Mancha ocupa, junto a Murcia y Extremadura, las últimas posiciones del panorama nacional¹².

Si trascendemos las cifras y nos planteamos una perspectiva más cualitativa, hay tantos enfoques posibles como parámetros para tratar de evaluar las ICC y su impacto, así como su consumo. En este sentido nos parece interesante rescatar algunas de las conclusiones del Observatorio de la Cultura de la Fundación Contemporánea (2014) ya que en su elaboración se ha contado con un panel de expertos y especialistas. Aunque sabemos que no es el único y que su visión puede aportar solo una perspectiva con el riesgo de no ser del todo representativa, sí hay ciertos datos de interés que nos aportan indicios del anclaje de las ICC en la región. Por ejemplo, en dicho informe se apunta que Castilla-La Mancha no destaca especialmente por la calidad de su oferta cultural. Según el ranking que maneja la Fundación Contemporánea la región empata en el puesto 13º entre las 17 Comunidades Autónomas junto a Aragón, Canarias y Baleares. Otro de los niveles que se mide en el citado dossier es el de la innovación. A este respecto, la comunidad castellano-manchega tampoco se distancia del furgón de cola. Ocupa el puesto 14º. Como dato positivo destaca que en 2014 Toledo logró ubicarse como la octava ciudad del país con mejor oferta cultural. Además, el panel de expertos de la Fundación Contemporánea señaló que las actividades del Año cultural de El Greco 2014 fueron la tercera mejor actividad cultural de aquel año.

En una Comunidad como Castilla-La Mancha, con una riqueza patrimonial, artística y natural extraordinaria, estas críticas de los distintos sectores de las ICC hacia las características cuantitativas y cualitativas de la oferta cultural quizá puedan explicarse por las políticas culturales, con frecuencia erráticas, y tremendamente dependientes de las incertidumbres e intereses electorales. Veamos un bosquejo de esas estrategias culturales en los últimos años. Entre 1997 y 2006, la Consejería de Cultura elaboró y ejecutó un Plan Estratégico de Cultura con el objetivo de afrontar la especificidad de la Comunidad y sus carencias culturales, tratando de universalizar el derecho a la cultura a través de la promoción de la educación y la implantación generalizada de hábitos de cultura. La aplicación de dicho Plan se llevó a cabo a través de los llamados Planes Directores quinquenales en las áreas de Patrimonio Histórico, Libro, Archivos y Bibliotecas y Gestión Cultural¹³.

Como consecuencia de la no renovación de dicho Plan y la falta de iniciativas similares en el área, en octubre de 2015, el Gobierno regional anunció la elaboración de un nuevo Plan Estratégico de Cultura 2015-2020, con el que se busca asegurar “la estabilidad de la red cultural” de la Comunidad, así como introducir “nuevas estrategias de financiación”

¹² Ver Modelo MELICC: <http://centresderecerca.uab.cat/oic/content/icc-contexto-socio-economico>

¹³ Selgas Gutiérrez, Joaquín (2000): “La política bibliotecaria en Castilla-La Mancha: realidades y proyectos”. En M. de Navascués Palacio (coord.). *Actas de las I Jornadas Bibliotecarias de Castilla-La Mancha*. Cuenca: Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha, pp. 17-45.

a través del mecenazgo. Para desarrollar las líneas estratégicas del nuevo Plan, se creó una Comisión de Industrias Culturales y Creativas de Castilla-La Mancha, formada por profesionales de sectores vinculados a las áreas culturales y creativas, que ha celebrado ya varias rondas negociadoras con el Viceconsejero de Cultura. El Plan ha sido presentado en febrero de 2017 y basa su desarrollo en la creación de industrias culturales, la oferta turística y el asentamiento de la cultura en la educación. En la presentación del Plan, el Gobierno regional ha anunciado un incremento del presupuesto cultural superior al 23%, con dos importantes beneficiarios: libros, archivos y bibliotecas, cuya inversión aumentará en más de un 8%, y gestión cultural, un 20%¹⁴.

3. Perfil digital de la región

Instalados en la sociedad de la información en pleno siglo XXI, prescindir de las estrategias digitales y las oportunidades que estas puedan generar sería un error si queremos aproximarnos al contexto de las ICC. Es más, como hipótesis, sería interesante reseñar que sin una plena integración de lo digital en la protección y difusión de las actividades culturales, estas quedarán muy en segundo plano. Además, para las ICC es básico aprovechar al máximo esta cuestión ya que es en la esfera digital donde más se pueden promover espacios de interacción con los ciudadanos/consumidores: una recreación virtual, la compra de entradas para un espectáculo a través de internet, la salvaguarda de documentos imprescindibles y su catalogación son solo algunos de los ejemplos. Pero ello no puede sostenerse sin una buena estructura en sociedad de la información. He aquí que nos encontramos, pues, con otro hándicap. Los datos del Índice Localcom 2011 (<http://centresderecerca.uab.cat/oic/content/indice-localcom-2011#INFR>) no dejan lugar a dudas. Castilla-La Mancha presenta un perfil digital muy moderado ya que si nos atenemos a las oportunidades que ofrece la sociedad de la información en esta autonomía, estas ubican a Castilla-La Mancha en el 15º lugar de entre las 17 comunidades analizadas. No mejora esta perspectiva si nos paramos a analizar los usos, ya que en este caso, la región es la 16ª en la clasificación Localcom. Las infraestructuras reflejan una perspectiva algo mejor pues Castilla-La Mancha, la decimocuarta clasificada, supera a otras autonomías como Castilla y León, Extremadura y Galicia. La situación económica y la demográfica de Castilla-La Mancha, así como la implicación de las administraciones públicas manchegas, explican en buena medida esta situación.

Pero no por ello se han marginado proyectos o no se han emprendido. Como apuesta institucional, en ocasiones más testimonial que plenamente eficaz, el Gobierno de Castilla-La Mancha cuenta con la web integradora <http://www.patrimoniohistoricoclm.es>, que pretende ser un “escaparate” del patrimonio de la región (museos, monumentos, yacimientos y parques arqueológicos) para que llegue a todos los usuarios potenciales. De hecho, uno de sus grandes éxitos ha sido la digitalización de contenidos y la propuesta de visitas virtuales de algunos de los monumentos y museos más relevantes de la Región.

B) ESTADÍSTICAS CULTURALES Y CREATIVAS: MODELO MELICC (2008-2014)

¹⁴ Ver: <http://www.castillalamancha.es/gobierno/educacionculturaydeportes/actuaciones/plan-estrat%C3%A9gico-de-cultura-de-castilla-la-mancha>

1. El peso de las ICC en Castilla-La Mancha: serie histórica

Consideramos las cuatro variables fundamentales de los modelos internacionales básicos de referencia en el sector (volumen de negocio, valor añadido bruto, empleo y actividad empresarial)¹⁵ para dimensionar el impacto económico y social de las industrias culturales y creativas en la Comunidad de Castilla-La Mancha:

En cuanto al **volumen de negocios**, las industrias culturales y creativas en Castilla-La Mancha generaron en el año 2014 una cifra de negocios conjunta de 235 millones de euros anuales, que representan en **0,64% del PIB de la región**. El **valor añadido bruto** para ese mismo año fue de 119 millones de euros, es decir, las industrias culturales y creativas representan el **0,3 del PIB de la comunidad**. A su vez, las ICC emplearon a un total de 6.720 personas en Castilla-La Mancha, el **1,02% de la ocupación total de la comunidad autónoma**, mientras que el número de empresas del ámbito ICC en el año 2014 era de **3.664**, es decir, hay 17,6 empresas del sector por cada 10 mil habitantes, lo que supone el 3% del total de la comunidad (123.095 empresas¹⁶).

Si contemplamos en detalle los siete ámbitos de las ICC de la región que son objeto de estudio, nos encontramos los siguientes datos para el año 2014:

Tabla 1. Los siete ámbitos de las industrias culturales y creativas en Castilla-La Mancha



Audiovisual

46 millones de €

1.306 empleos

Representa el 19,6 del volumen de negocios ICC y el 18% del empleo ICC.

Publicidad



25 millones de €

1.015 empleos

Representa el 10,6% del volumen de negocios ICC y el 14% del empleo ICC.



Libros y prensa

36 millones de €

818 empleos

Representa el 15,3% del volumen de negocios ICC y el 11,2% del empleo ICC.

Arquitectura



52 millones de €

1.327 empleos

¹⁵ UNESCO 2012, p. 89.

¹⁶ La estadística procede del índice DIRCE-INE para Castilla-La Mancha e incluye el total de empresas clasificadas por actividad principal (grupos CNAE 2009 del ámbito cultural) y estrato de asalariados.

Representa el 22,1% del volumen de negocios ICC y el 18,2% del empleo ICC.

Artes escénicas



15 millones de €

425 empleos

Representa el 6,4% del volumen de negocios ICC y el 5,8% del empleo ICC.

Artes visuales



29 millones de €

1.240 empleos

Representa el 12,3% del volumen de negocios ICC y el 17% del empleo ICC.

Bibliotecas, archivos y museos



32 millones de €

1.147 empleos

Representa el 13,6% del volumen de negocios ICC y el 15,8% del empleo ICC.

Si contemplamos la cuatro magnitudes, no desagregadas por sectores, a lo largo de la serie histórica que abarca nuestro estudio, observamos un descenso en todas ellas desde el año 2009, aunque es a partir de 2012 cuando la caída de valores es más acusada y alcanza su punto más bajo -con una pequeña diferencia en el número de empresas- en 2013. Las cifras correspondientes al año 2014 indican un leve repunte, especialmente en el número de personas ocupadas.

Tabla 2. Serie histórica 2008-2014

Castilla-La Mancha	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Volumen de Negocio (Millones €)	487	419	385	327	261	224	235
Valor Añadido Bruto (Millones de €)	253	205	217	160	137	118	120
Personal ocupado	9.849	8.689	8.576	8.070	6.936	6.764	7.247
Número de empresas	4.312	3.616	3.769	4.064	3.934	3.670	3.664

Fuente: Modelo Estadístico Localcom ICC (MELICC)

De esta forma, la variación porcentual que se ha producido en las cuatro magnitudes entre 2008 y 2014 ha sido la siguiente:

Tabla 3. Porcentaje diferencial:

Castilla-La Mancha	% Variación entre 2008 y 2014
Volumen de negocio	-51,75%
Valor añadido bruto	-52,57%
Personal ocupado	-26,42%
Número de empresas	-15,03%

Estos indicadores de las ICC debemos situarlos en su contexto económico global en el que el descenso del PIB general de Castilla-La Mancha entre 2008 y 2014 ha descendido un 9,7%, mientras que el descenso en el PIB per cápita ha sido de un 10,47%. Estos datos, junto a la pérdida de empleo, han contribuido también a una caída en el consumo general en ocio y cultura en la Comunidad que, para el período analizado 2008-2014, ha sufrido una caída del 26,64%¹⁷, mientras que los gastos de vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles, se ha incrementado en más de un 5,2%, en el mismo periodo. Si bien este grupo de gasto puede ser considerado imprescindible en la subsistencia del hogar, mientras que los gastos en ocio y cultura pueden percibirse como gastos extraordinarios, resulta revelador comprobar que el descenso en gastos por hogar en bebidas alcohólicas y tabaco apenas se ha reducido en un porcentaje del 8%.

Por otro lado, la tasa de crecimiento compuesto del volumen de negocio para la serie histórica solo ha sido positiva para el sector de Bibliotecas, museos y patrimonio (+2,9%), seguida de la Publicidad, que tiene un leve descenso (-0,7%). Sin embargo, la Arquitectura muestra un descenso del 18%. Lo mismo podemos decir de la tasa de crecimiento compuesto del valor añadido bruto: Bibliotecas, museos y patrimonio tiene una tasa positiva (+0,5%), mientras que Arquitectura se presenta en el extremo opuesto, con un tasa de crecimiento negativa (-22,4%)¹⁸.

2. Empleo cultural

La evolución del empleo de las ICC de Castilla-La Mancha entre 2008 y 2014 ha sufrido el mayor descenso en el año 2012, con una caída superior al 14 % respecto del año anterior, pero alcanza el número más bajo en población empleada en el año 2013, como continuación de la tendencia iniciada el año anterior. La última cifra correspondiente a 2014 muestra un repunte considerable (+7%) respecto al punto de inflexión de 2013. Estos comportamientos en el empleo en ICC arrojan una tasa de variación entre 2008 y 2014 negativa (-26,14%).

Tabla 4. Evolución empleo ICC. Serie histórica

Castilla-La Mancha	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Evolución empleo en ICC	9.849	8.689	8.576	8.070	6.936	6.764	7.274

¹⁷ Datos extraídos del INE: Encuesta de Presupuestos familiares. <http://www.ine.es/jaxiT3/Tabla.htm?t=10722&L=0>

¹⁸ <http://centresderecerca.uab.cat/oic/content/volumen-negocio-vab-icc>

Esta evolución en la capacidad empleadora de las ICC en la Comunidad se corresponde con las cifras anuales de desempleo global en la región, que muestra su cifra más baja en el primer trimestre del año 2008, y la cifra más alta en el primer trimestre del año 2013¹⁹. Sin embargo, la destrucción del empleo de las ICC se ha producido de forma mucho más rápida que la destrucción del empleo total (-4,7% de las ICC frente al -3,1% del empleo total²⁰). Las cifras de variación interanual negativas en la tasa de empleo son significativas al principio de la serie, en el año 2008, y especialmente en el año 2012, con una caída superior al 14 por ciento.

Tabla 5. Tasas de variación interanual en empleo ICC 2008-2013

Castilla-La Mancha	2009	2010	2011	2012	2013	2014
% variación interanual	-11,78	-1,3	-5,9	-14,06	-2,48	+7,5

Sin embargo, no todos los sectores de las ICC han sufrido el mismo impacto en la tasa de crecimiento compuesto del empleo: Publicidad (+6,1%), Bibliotecas (+5,6%), Artes visuales (+3,6%) y Artes escénicas (+1%), con un comportamiento de crecimiento de empleo positivo, se oponen a los porcentajes negativos de Arquitectura (-13,3%), Libros y prensa (-10,8%) y Audiovisual (-8,1%)

El impacto social en cuanto a capacidad empleadora de las ICC sobre el empleo total de la comunidad autónoma muestra un carácter marginal, como se observa en la siguiente tabla:

Tabla 6. Aportación empleo de las ICC

Castilla-La Mancha	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	MEDIA
% aportación de las ICC al empleo total	1,1%	1,1%	1,1%	1,0%	1,0%	0,9%	1,0%	1,02%

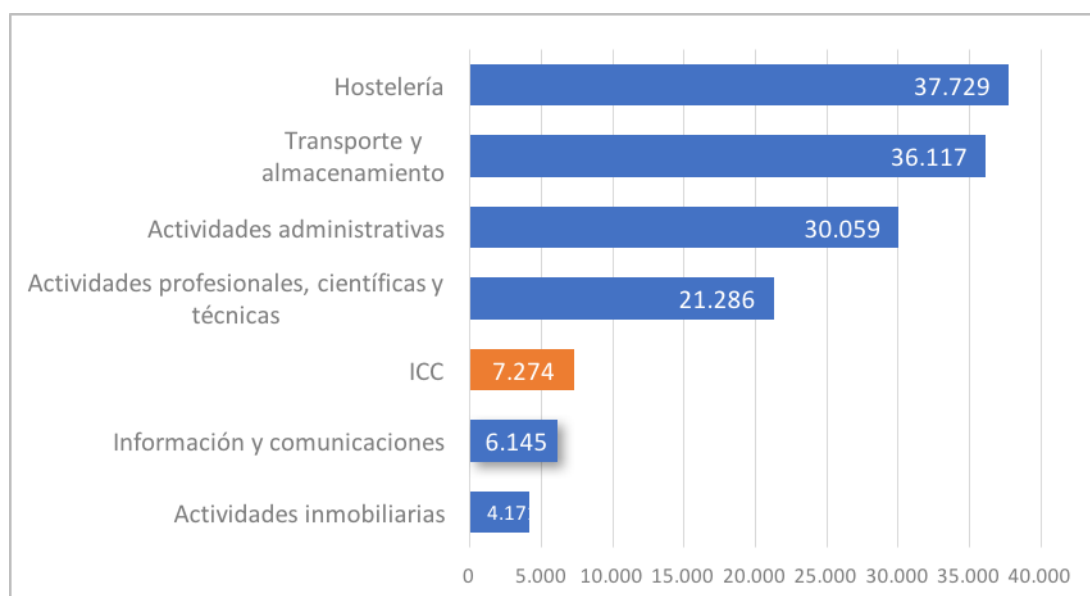
Peso del empleo ICC en el sector servicios

Dentro del sector servicios, la Hostelería es el sector con mayor capacidad empleadora, con un 27,6% en el año 2014, mientras que las ICC apenas emplean un 5,3% en el mismo periodo del total del sector servicios, solo por delante de las actividades de Información y Comunicaciones, Actividades inmobiliarias y Reparación de ordenadores, efectos personales y artículos de uso doméstico.

Gráfico 1. Comparación empleo ICC y sector servicios.

¹⁹ INE: Encuesta de Población Activa.

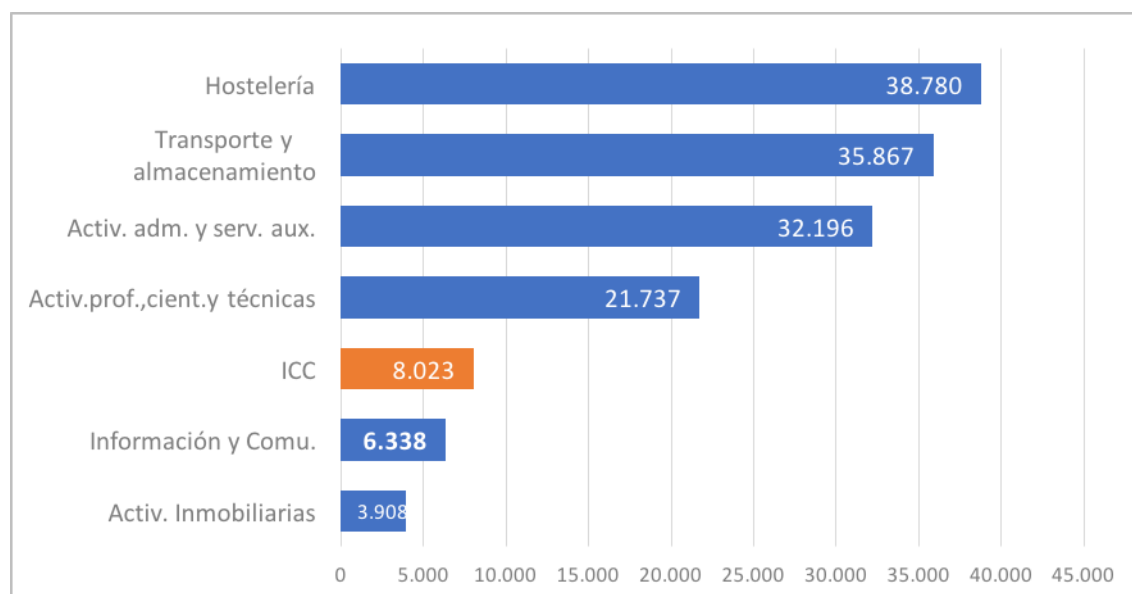
²⁰ <http://centresderecerca.uab.cat/oic/content/empleo-icc>



Fuente: MELICC e INE (Encuesta Anual de Servicios). Año 2014.

En la serie histórica 2008-2014, la posición del empleo de las ICC con respecto al resto del sector servicios se mantiene casi idéntica a la que ocupa en el año 2014, con una **tasa media de empleo en dicho sector del 5,65%** frente a la Hostelería que alcanza el 27,5% como media en el periodo analizado de siete años. Así lo podemos observar en el siguiente gráfico 2.

Gráfico 2. Comparación empleo ICC y sector servicios 2008-2014



Fuente: MELICC, INE (Encuestas Anuales de Servicios 2008-2014)

Distribución del empleo por sectores ICC

Bibliotecas, museos y patrimonio, Publicidad y Artes visuales son los sectores más estables en el empleo de las ICC, incluso presentan una tasa media de variación del empleo positiva. Sin embargo, en términos de porcentaje de empleo por sectores de ICC, son, junto a artes escénicas, los cuatro que menos empleo representan:

Tabla 7. Tasa media de variación del empleo (2008-2014)

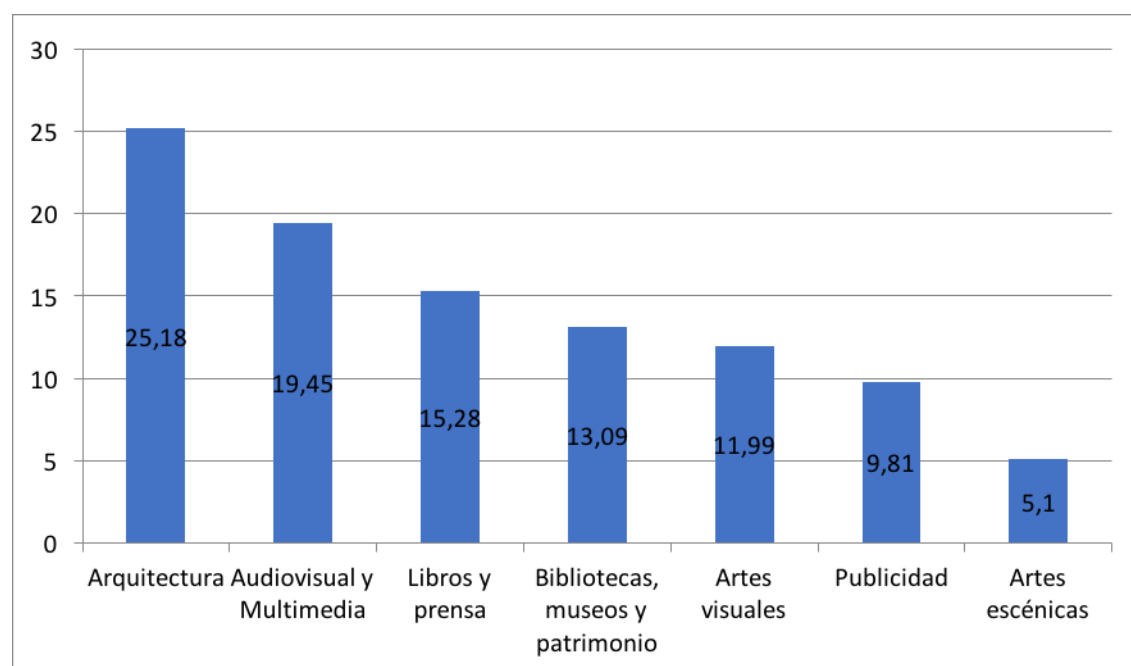
Castilla-La Mancha	Arquitectura	Libros y prensa	Audiovisual y multimedia	Artes escénicas	Artes visuales	Bibliotecas, museos y patrimonio	Publicidad	MEDIA ICC
Tasa media variación	-13,1%	-9,1%	-6,8%	1,3%	5,2%	6,3%	9,1%	-4,7%

Fuente:

MELICC

Sin embargo, son los sectores con tasa de variación de empleo negativa los que tienen el mayor porcentaje de tasas de empleo en el sector de las ICC en la comunidad autónoma para el periodo 2008-2014. Así, por ejemplo, Arquitectura, que en el año 2008 representaba una ocupación en las ICC del 31,71%, ha caído al 18,24% en el año 2014. A pesar de ello, sigue siendo el sector ICC con mayor tasa de empleo. Y lo mismo sucede con el sector Audiovisual y multimedia, que ha pasado de un 21,96% del empleo a casi un 18%, a pesar de lo cual es el segundo sector ICC en porcentaje de población ocupada.

Gráfico 3. Tasa media de porcentaje de empleo por sectores ICC (2008-2014)



Fuente: MELICC

En cambio, otros sectores con porcentajes más modestos han protagonizado un ligero crecimiento a lo largo de la serie histórica, como es el caso de la Publicidad, que ha pasado del 7,2% en 2008 al 13,9% en 2014; Bibliotecas, museos y patrimonio que, como hemos comentado más arriba, tiene un comportamiento constante y creciente en empleo (del 8,4% en 2008 al 15,7% en 2014); Artes visuales y Artes escénicas han crecido también a lo largo de los siete años analizados.

3. Empresas culturales y creativas

En Castilla-La Mancha hay un total de 3.664 empresas del ámbito de las ICC. Artes visuales es el sector que agrupa al mayor número de ellas, el 32,7%, seguido inmediatamente por la Arquitectura con el 32,5%, y ya a una distancia considerable se encuentran los sectores de Publicidad y Libros y prensa con el 9,6% cada uno de ellos.

Durante el periodo 2008-2014, la Comunidad ha perdido un 15,03% de sus empresas ICC, en concreto han desaparecido 648 empresas. Arquitectura es el subsector que ha perdido mayor masa empresarial, un 34,5%; le siguen también con pérdida de empresas, aunque a mucha distancia otros tres sectores: Libros y prensa (-13,8), Audiovisual y multimedia (-11,4%) y Artes visuales (-10,5%). Por otro lado, Bibliotecas ha vivido un proceso de crecimiento espectacular (168,9%); también han crecido: artes escénicas (55,8%) y publicidad (19,7%).

Empresas culturales y creativas: peso en el sector servicios.

Castilla-La Mancha es la comunidad autónoma con menor porcentaje de ICC en el sector servicios, con una media en el periodo 2008-2014 del 9,25%. El porcentaje más elevado se alcanza en el año 2011, con un 9,9%, y el más bajo, en el año 2009, con un 8,6%.

Tabla 8. Porcentaje de empresas ICC en el sector servicios en Castilla-La Mancha

Castilla-La Mancha	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	MEDIA
% de empresas ICC en el sector servicios	9,1%	8,6%	9,1%	9,9%	9,8%	9,2%	9,1%	9,25%

Fuente: MELICC

La presencia de las empresas ICC en el sector servicios es poco significativa si la comparamos, por ejemplo, con el porcentaje de empresas de hostelería, que tiene una presencia media para el periodo 2008-2014 del 29,4%.

Por sectores, es la Arquitectura, con una media del 3,6%, a lo largo de los siete años, la que representa el mayor porcentaje de ICC en el sector servicios, seguido de Artes Visuales, con el 2,6%. El sector de Bibliotecas, Museos y Patrimonio representa el menor porcentaje, con apenas un 0,07%. Publicidad, Artes escénicas y Artes visuales son los tres sectores que han experimentado un leve crecimiento –apenas perceptible, por otro lado- en presencia en sector servicios.

Por otro lado, a lo largo del periodo analizado, el porcentaje del volumen de negocios de las ICC dentro del sector servicios es inferior al número de empresas, salvo en el caso del Audiovisual y multimedia, Libros y prensa, y especialmente Bibliotecas, Museos y Patrimonio, donde el porcentaje del volumen de negocios en el sector servicios triplica el porcentaje de las empresas en dicho sector.

Se ha producido también entre el año 2008 y el 2014 un descenso constante en el porcentaje del volumen de negocios de las ICC en el sector servicios: del 5,2% del año 2008 hasta el 3,2% durante los años 2013 y 2014, que puede explicarse por la caída en el número de empresas en estos dos años.

Empresas culturales y creativas: dimensiones y correlaciones

Las ICC de Castilla-La Mancha tienen un número de asalariados o personal ocupado muy bajo. De hecho, según la estadística DIRCE del INE, un porcentaje muy elevado de estas empresas, especialmente de los sectores de Arquitectura y Artes escénicas, no tiene asalariados. La media de personal empleado por empresa durante la serie histórica 2008-2014 es de 2,0 empleados, sin que puedan observarse descensos o aumentos significativos. Las cifras más elevadas se dan en 2008 (2,3 empleados), 2009 (2,4) y 2010 (2,3).

Esta tendencia a la pequeña y mediana empresa en el sector de las ICC es acorde con la tendencia que observamos en general en el sector servicios, donde el número de empleados por empresa oscila entre los 3,3 empleados y los 3,5 empleados, manteniéndose también el carácter constante de esas cifras.

Un descenso más acusado, provocado posiblemente por la recesión que se inicia en 2008, podemos observar en el número de empresas ICC por cada 10.000 habitantes, cuya media para el periodo 2008-2014 se sitúa en 18,5 empresas. Se ha producido una pérdida media cercana a las 4 empresas: de las 21,1 existentes en el año 2008 a las 17,4 de 2009 o 17,6 de 2014, con un leve repunte en el año 2011 (19,2 empresas por cada 10.000 habitantes).

Sin embargo, si relacionamos a lo largo de la serie histórica el número de empresas ICC por cada 10.000 habitantes con el PIB per cápita, observamos que existe una fuerte interacción en la evolución de las dos variables.

Podemos decir que el crecimiento del PIB per cápita está en relación directa con el aumento de las ICC y a su vez la creación de estas empresas ICC contribuye al aumento de esa riqueza per cápita. De esta forma, las ICC actúan como intermediarias entre el crecimiento del PIB per cápita y el crecimiento del número de empresas.

4. Resultados económicos

La evolución de los resultados económicos, en términos de Volumen de Negocio (VN) y Valor Añadido Bruto (VAB), de las ICC en Castilla-La Mancha está marcada por un descenso próximo al 100% en el VN y superior a ese porcentaje en VAB para la serie 2008-2014, como vemos en la siguiente tabla:

Tabla 9. Evolución variables económicas 2008-2014

Castilla-La Mancha	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Volumen de Negocio	487M€	419M€	385M€	327M€	261M€	224M€	235M€
Valor Añadido Bruto	253M€	205M€	217M€	160M€	137M€	118M€	120M€

Fuente: MELICC

En la **distribución del porcentaje del volumen de negocio** en las ICC: Arquitectura es el sector con mayor porcentaje de volumen de negocio de todas las ICC de la región, a pesar del descenso sufrido entre 2008 (35,1% del volumen de negocio de las ICC) y 2014 (22,1%) seguida por Audiovisual y multimedia, Libros y prensa y Bibliotecas, museos y patrimonio, para finalizar con Artes visuales, Publicidad y Artes escénicas. El comportamiento decreciente se ha producido tanto en Arquitectura, como en Libros y prensa y Audiovisual, mientras que en la serie histórica hay que destacar el significativo crecimiento de Publicidad, (que ha

pasado del 5,3% en 2008, al 10,6% de 2014), Bibliotecas, museos y patrimonio, (que ha crecido del 5,5% en 2008 al 13,6% en 2014) Artes visuales, (pasa de 8,4% al 12,3% para el mismo periodo histórico) y Artes escénicas, (del 3,5% al 6,4%).

Por su parte, a lo largo de la serie histórica 2008-2014, el porcentaje del volumen de negocio de las ICC en el sector servicios ha sufrido un descenso progresivo desde el 5,2% del año 2008 hasta el 3,2% del año 2014, sin que se muestre ningún repunte en los últimos tres años. Ese descenso general ha sido debido a la caída en el porcentaje en el sector servicios del volumen de negocios de la Arquitectura entre 2008 (1,8%) y el 2014 (0,7%), y en menor medida al leve descenso del Audiovisual (del 1,2% al 0,6% en el mismo periodo) y el sector de Libros y prensa, que desciende también del 1% en 2008 al 0,5% en 2014. El resto de los sectores ha mantenido un porcentaje del volumen de negocios en el sector servicios prácticamente constante durante todo el periodo.

Las ICC se han visto afectadas por la crisis de una forma mucho más dramática que el resto del sector servicios también en los datos relativos al volumen de negocios. Así, vemos que la tasa media de variación anual en el volumen de negocios de las ICC en Castilla-La Mancha durante el periodo 2008-2014 es de -11,1%, muy superior a la que se produce en el sector servicios, que es del -3,8%. Dentro de los subsectores de las ICC, solo Publicidad (con un 1,8%) y Bibliotecas, museos y patrimonio (con un 3,6%) muestran una tasa media de variación interanual positiva en el volumen de negocio entre 2008 y 2014. Arquitectura tiene una tasa media de variación más elevada, con un -15,8%, seguida de Libros y Prensa, con el -13,0%, Audiovisual y multimedia, con el -12,4%, Artes visuales, con -5,3% y Artes escénicas, con -1,3%.

La evolución del volumen de negocio de las ICC en el porcentaje del PIB autonómico ha sido de descenso generalizado para el periodo analizado del 50%: si en 2008 el volumen de negocio de las ICC representaba el 1,2% del PIB de Castilla-La Mancha, en 2013 y 2014 ese porcentaje ha caído al 0,6%. Esa contracción del volumen de negocio ha sido general para todas las comunidades autónomas; sin embargo, Castilla-La Mancha si sitúa a la cabeza del porcentaje de descenso en toda España.

En cuanto a la productividad hay también un descenso significativo. El Valor Añadido Bruto por empleado ha caído en un 36,20% entre 2008 y 2014. Hay que destacar que el subsector de la Arquitectura el descenso ha sido muy cercano al 50%.

C) ANÁLISIS DETALLADO POR SECTORES

1. Atractivo y compromiso de las ICC en Castilla-La Mancha (políticas y actuaciones)

Una valoración general de las ICC como sector estratégico en Castilla-La Mancha

La globalización de la cultura ha convertido las ICC en un sector estratégico en muchos ámbitos de la sociedad en general, y, en consecuencia, en la de Castilla-La Mancha en particular. Como elementos de interacción entre conocimiento, creación, negocio y tecnología, impulsan la innovación y crean beneficios indirectos en otros ámbitos al reorientar una economía de servicios que fomenta el empleo, atrae inversores y estimula la realidad de lo local a través del turismo y el consumo. La evolución de las cifras, entre 2008 y 2014, indica que, por encima de la estructura cultural y las líneas de actuación de la Comunidad Autónoma en la materia, existe una cierta resistencia a la crisis económica. Se considera que el potencial de las ICC es un activo que se mantiene por encima de épocas adversas (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2016: 6). De hecho, al día de hoy, existe una serie de oportunidades que se encuentran a disposición de

dichas industrias. Sin duda alguna, la evolución de la tecnología, la alta demanda del mercado, los nichos de mercado sin explorar, el gran tamaño del mercado de contenido digitales, la nuevas formas de distribución de contenidos, la existencia de programas europeos de apoyo a la innovación como Horizonte 2020 y Europa Creativa, el interés recíproco de crear sinergias entre las TIC y las ICC, el idioma español como segunda lengua materna a nivel mundial, la tercera posición de España en el ranking mundial de destinos turísticos, el incremento de los incentivos fiscales al mecenazgo desde del 1 de enero de 2016 y las reducciones en el impuesto de sociedades que impulsan la industria cultural son factores que informan acerca del comportamiento del Estado y que benefician a la región castellano-manchega (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2016: 14).

Ahora bien, si bien es cierto que lo dicho en el párrafo anterior anima a una reflexión económica teóricamente optimista, no se puede perder de vista que las ICC también enfrentan determinados desafíos que no sólo pertenecen al ámbito regional y español sino que se reproducen sistemáticamente en la Unión Europea. Como se lleva apreciando en el en el período de tiempo considerado, la insuficiencia de financiación, la escasa cooperación intrasectorial o lo que es lo mismo el desconocimiento del resto de las empresas y proyectos, la exigua colaboración intersectorial o lo que viene a ser la ignorancia de la ventajas que producen las sinergias, los problemas de salida al mercado internacional, la mínima adecuación de la formación de los profesionales del sector a las nuevas necesidades de las corporaciones, el cambio a un modelo de negocio digital, la violación de la propiedad intelectual y la ausencia de modelos para su valoración económica, y, como no podría ser otra manera, los nuevos comportamientos de los consumidores configuran el gran conjunto de las dificultades que limitan el desarrollo de las ICC de una forma múltiple y diversa (Ministerio de Educación, Cultura y Deporte, 2016: 9). Es más, la posible combinación de varios de esos ingredientes de forma simultánea y continuada podría provocar –si no lo ha hecho ya en algunos sectores, como el cine– el colapso de cualquier industria cultural en los distintos niveles territoriales de implantación, regional, estatal o europeo.

En un modelo de Estado descentralizado como el español, Castilla-La Mancha adquiere importancia por tres razones. En primer lugar, constituye un sujeto cultural diferenciado cuyos recursos creativos hincan sus raíces en el territorio propio para después proyectarse hacia el exterior. Esta localización puede generar un valor añadido de tipo productivo que, en un mundo global y digitalizado, tiene que ensamblarse a la perfección con el nivel internacional. En este contexto, el espacio cultural castellano-manchego refleja las especificidades características que se derivan de una mayor proximidad entre la cultura vivida y la cultura mediática. Por otro lado, la región es en sí misma una unidad económica con claroscuros. Se trata de una comunidad autónoma de base rural que necesita de la implementación de políticas concretas para su desarrollo, pero también posee ciudades, como Toledo, que, por su patrimonio cultural e histórico, se encuentran en el foco de la atracción internacional, pudiendo promover una economía que se beneficie de la gestión de su identidad más allá de sus fronteras. Por último, la horizontalidad de las comunicaciones implica que los ciudadanos castellano-manchegos se relacionen de acuerdo a parámetros de geometría variable que está acabando por erosionar la jerarquía estructural existente, de tal manera que la búsqueda de funcionalidad por parte del Estado le hace definir nuevos criterios de reparto de competencias que implican una nueva manera de gobernabilidad, y, en consecuencia, un pacto de convivencia diferente (Zallo, 2011: 20).

A fin de cuentas, para Castilla-La Mancha, como para el resto de la regiones españolas, la promoción de su cultura compromete la base de su identificación, que afecta, en un última instancia, a su desarrollo territorial. Aunque comparte espacios con las instituciones culturales del Estado, su política cultural ocupa un lugar central, sobre todo, a nivel de ayuntamientos, que son los que gozan de mayor gasto público y los que más próximos se encuentran del ciudadano. En este sentido, las dificultades en el acceso a su mercado interno en condiciones de igualdad y en el intercambio y/o internacionalización de contenidos de producción autóctona manifiestan la necesidad de una política cultural de la diversidad, que pilote, en consecuencia, el patrimonio histórico y cultural, pero también lingüístico, castellano-manchego.

El turismo como potencial vertebrador de las ICC en Castilla-La Mancha

El turismo, sector que no está contemplado explícitamente en el concepto europeo de ICC que recoge el Libro Verde de la UE (Comisión Europea, 2010), goza de una inconfundible contribución para liberar el potencial de las mismas con vistas a una mayor presencia mundial a través de los intercambios y la movilidad, desde lo local, lo regional y lo estatal. Los datos tanto a nivel global como nacional así lo manifiestan.

En 2014, el turismo representa el 3,1% del PIB mundial. Si se consideran los efectos directos e indirectos, el valor se eleva al 9,8%. En términos de empleo, su importancia es más pronunciada al situar el trabajo directo en 105 millones de personas. Mientras tanto en España, el crecimiento de 2,9% registrado en el año considerado demuestra la competitividad del destino para el mercado extranjero y la recuperación del mercado nacional. En cuanto al empleo en nuestro país, la actividad turística ha generado, para el mismo periodo, un trabajo neto durante el periodo señalado, además del impacto que tiene sobre el comercio y la construcción (Castilla-La Mancha, 2015: 42).

En Castilla-La Mancha, donde existe un rico y variado patrimonio cultural que se reparte por toda la región, la industria turística, como ninguna otra actividad económica, es la que permite la máxima proyección internacional de la zona. No obstante, la actividad turística, que se manifiesta como un sector estratégico sin igual porque puede participar en el desarrollo de todos los lugares que gozan de ciertos valores patrimoniales y así dinamizar la integración territorial de la Comunidad Autónoma y de su medio rural, no arroja valores significativos. Y, aunque el turismo es la única actividad que implica que el usuario final se desplace, lo que hace que capte demanda externa que procura consumos a mucho tipo de empresas entre las que se incluyen las ICC, tampoco ofrece valores importantes en términos de productividad. Es este contexto en que la Comunidad Autónoma se plantea objetivos estratégicos a futuro que se exponen a continuación (Castilla-La Mancha, 2015: 98).

- a) Reposición de Castilla-La Mancha como destino turístico diferenciado. Una imagen de marca estable, que transmita los elementos identitarios de la región así como “Castilla-La Mancha en un lugar de tu vida”
- b) Estructura estable de cooperación entre la región y el sector privado, que tiene como objetivo la eficiencia de la promoción turística
- c) Ayudas al sector privado para que conforme una cartera de productos turísticos adaptada a los segmentos del mercado
- d) Impulso de la innovación tecnológica
- e) Big data para satisfacer al turista
- f) Optimización de la gestión turística del patrimonio cultural y natural
- g) Desestacionalización y especialización de la oferta turística

La propuesta de los objetivos señalados muestra que, en Castilla-La Mancha, el turismo todavía no se ha constituido como un factor clave del cambio social, a excepción de los destinos tradicionales de turismo cultural de las ciudades históricas. Ello significa que el sector turístico de la Región no se ha convertido aún en un auténtico motor de la economía castellano-manchega aunque, por el contrario, siempre ha tenido un efecto positivo sobre la recuperación del patrimonio histórico y cultural.

En ese sentido, hay que resaltar una dimensión social de la actividad turística a tener en cuenta en la actualidad, y que se refiere a que dicha industria es un instrumento de consolidación de la identidad colectiva. Y la preservación del patrimonio sirve a su conocimiento en el interior y a su transmisión al otro lado de la frontera castellano-manchega. Con una oferta bien elaborada serviría para profundizar en ella, al tiempo que lograría adaptarla de una forma pragmática a los distintos segmentos del mercado turístico. Se generarían sinergias estructurales que afectarían al desarrollo social y económico de Castilla-La Mancha

porque además de mejorar los indicadores culturales aumentaría la calidad de vida y nivel de bienestar de la Comunidad Autónoma.

De acuerdo con las características de Castilla-La Mancha, se impone la consideración de una modalidad de turismo, el rural, con una proyección y dinámica cada vez más crecientes. Aunque no está exento de los problemas que se derivan de las carencias que manifiesta la estructura organizativa del sector, son muchos los alojamientos que se incorporan a esta actividad. Asimismo, se produce un incremento cada vez mayor en el número de turistas con un perfil desconocido hasta ese momento. Su procedencia es esencialmente nacional y urbana, es experimentado y exigente, está sensibilizado y formado, que llega de estratos sociales de nivel medio, medio-alto y alto, y que relaciona su viaje con el lugar de nacimiento o residencia familiar y al contacto con la naturaleza –pueblos de sierra y montaña-. Organiza sus propios destinos y fuerza un ajuste en el fuerte aumento de la demanda, segmentándola y cambiando las preferencias, y muestra un especial interés por las nuevas tecnologías (Cebrián Abellán, 2010: 63-64). Es decir, el turista de lo rural se asocia a los recursos más valorados del paisaje, al patrimonio histórico-artístico y a las tradiciones.

Aunque cualquier propuesta conceptual aceptada sobre turismo rural (aprovechamiento recreativo o la oferta de alojamientos y actividades en el medio rural) lleva implícito un carácter difuso, un importante impacto sobre el territorio y una sostenibilidad que depende de la actividad implantada (Cebrián Abellán, Francisco, 2001: 219-220), éste se complementa con el sector agropecuario tradicional, mantiene una estructura de carácter familiar, se apoya en el trato personal y aumenta el empleo dentro de pequeñas empresas con un número reducido de trabajadores que se mantiene estable en el tiempo. No obstante, estos escenarios de crecimiento adquieren su forma definitiva con la puesta en marcha de iniciativas de planificación estratégica, entre las que destacan los programas europeos LEADER (Relaciones entre Actividades de Desarrollo de la Economía Rural), desde 1991, y PRODER (conjunto de programas para el desarrollo rural que aplican medidas de desarrollo endógeno y que se han implementado exclusivamente en España), desde 1996, y los planes de dinamización de Castilla-La Mancha, también desde 1996, que vienen desempeñando un importante papel desde su implantación. Eso es, el turismo rural no es sólo consecuencia de los cambios en la demanda. Los actores mencionados en el párrafo anterior han desempeñado un papel destacado. Su filosofía es distinta y sus canales de financiación también pero las líneas de actuación coinciden en su interés por impulsar el turismo como instrumento de desarrollo local.

Sin duda alguna, este tipo de turismo actualiza y transforma los elementos que condicionan y forman parte de un sistema de acumulación productivista basado en el sector agropecuario fundamentalmente relacionado con el mundo rural. Al intentar abrirse camino incorporando y desarrollando esencialmente unos servicios adaptados al fenómeno propio de la región, se acaba revisando las configuraciones empresariales; el uso de la geografía se convierte en un factor estructural de la economía de Castilla-La Mancha; el cambio de la demanda somete a ésta a un proceso de modernización que la hace más rentable, y se profundiza el papel que tiene que desempeñar el poder público a partir de ahí. Eso es, la reforma de las unidades de producción dedicadas al turismo rural castellano-manchego implica una apuesta clara por la calidad y la catalogación de los establecimientos, formación y reciclaje de agentes privados, fortalecimiento de los modelos de asociacionismos y la mejora de la comercialización empleando nuevas tecnologías. Del lado de los destinos, adquiere singular importancia la necesidad de un mayor aprovechamiento territorial de los recursos tanto naturales como culturales, superando el concepto de cantidad y mejorando la oferta complementaria de equipamientos. Por lo que respecta a la demanda, se impone la permanencia y la fidelización del turista, la reducción de la estacionalidad, la mejora de la información del sector y el diseño de estrategias de captación. Por último, la Administración está destinada a jugar un importante papel impulsando, proponiendo y coordinando.

El patrimonio histórico y cultural castellano-manchego, un apartado especial al servicio del turismo interior

Si se entiende por patrimonio histórico y cultural los bienes y las expresiones que se poseen y/o se heredan,

y cuya idea se asocia a un valor que sirve para establecer un vínculo entre individuos, que genera un nexo entre transmisor y receptor y que transcurre del pasado al futuro conectando generaciones enteras, la identificación del mismo necesita de un testigo que asuma la contribución de una entidad a lo largo de siglos y del reconocimiento de la capacidad productiva de ésta en el presente. En este sentido, el artículo 46 de la Constitución española de 1978 estipula que la protección de los bienes que integran el patrimonio del país constituye un principio rector de la política social y económica que vincula al poder público. Por la misma razón, la ley 16/1985, 25 de junio, de Patrimonio Histórico Español (BOE de 29 de Junio de 1985), que desarrolla el mandato constitucional, examina lo que lo integra, acotando los perfiles del mismo, señalando las atribuciones del Estado y las competencias transferidas a las Comunidades Autónomas y Municipios al respecto, asimilando, de forma definitiva, el concepto de bien cultural al de patrimonio y, en este contexto, reuniendo en una misma categoría el objeto de calificación, lo que facilita la protección del patrimonio en su totalidad.

La realidad de Castilla-La Mancha muestra que la Región goza de *un rico patrimonio integrado por numerosos edificios monumentales, conjuntos históricos, yacimientos arqueológicos y gran cantidad de elementos que integran el patrimonio mueble, etnográfico y bibliográfico, que es el resultado de numerosos movimientos sociales y culturales* (Fernández Maroto, 2005: 81-108). Ese patrimonio es hoy responsabilidad legal, y, sobre todo, social de la Comunidad Autónoma, que observando la norma constitucional de 1978 y su respuesta legislativa nacional de 1985, ya había recogido en su Estatuto de Autonomía de 1982 (Ley orgánica 9/1982, de 10 de agosto, BOE, 16/09/1982) que la Junta tiene como objetivo la protección y el realce del paisaje y del patrimonio histórico (art. 4.4.g), por lo que asume la competencia exclusiva en materias de interés para sí misma como (Fernández Maroto, 2005: 81-108):

- a) Museos, bibliotecas, conservatorios y hemerotecas propiamente castellano-manchegas (art.31.1.15).
- b) Patrimonio monumental, histórico, artístico y arqueológico y otros centros culturales de contenido autóctono (art. 31.1.16).
- c) Promoción y ordenación del turismo en su ámbito territorial (art. 31.1.18).

No obstante, desde un punto de vista jurídico, el concepto de patrimonio histórico sigue siendo paradójicamente indeterminado por los distintos niveles que lo regulan –local, regional, nacional y supraestatal- y por la heterogeneidad de los bienes que lo integran. En relación con esta última variable, mientras la definición arroja una gran complejidad por las razones que se han visto, su valor, su uso y, por tanto, su función social se sitúan en el ámbito de lo estimable, de lo que se percibe, es decir, de lo tangible, de lo que se pretende medir, y no de lo especulativo. Como se trata de cuestiones relativas que están sometidas a referencias intelectuales, culturales y psicológicas, que varían según los grupos sociales que las atribuyen, el potencial de los bienes patrimoniales como recurso se produce en el marco de situaciones concretas que lo condicionan. Así, mientras el valor responde al hecho de que los objetos y las expresiones se aprecian por el mérito que presentan en cuanto a su composición, su uso y su función social lo constituye aquella parte del patrimonio que satisface necesidades, que, a su vez, estimulan su conservación y reaviva la memoria de los individuos que lo sienten como propio.

En Castilla-La Mancha, la sociedad manifiesta la necesidad de apropiarse de la rentabilidad que produce un conocimiento susceptible de transmitirse y multiplicarse en la medida que demanda que revierta en sí misma los resultados de unos trabajos de restauración y excavación a la que ella contribuye en gran parte con su esfuerzo a través del sistema impositivo. En este contexto, los castellano-manchegos aspiran a ser de forma inconfundible los destinatarios de un patrimonio histórico, que asocian esencialmente a un turismo interior como una de las grandes alternativas de la oferta del mismo, sobre todo, por la arquitectura urbanística de la Comunidad Autónoma, que tan bien refleja su identidad.

Simultáneamente a las competencias que constitucionalmente se reserva el Estado en la materia, como el control de la exportación y la lucha global contra el expolio, la gestión de archivos, bibliotecas y museos de

titularidad estatal y la coordinación entre las distintas Comunidades Autónomas, Castilla-La Mancha, al igual que el resto de las regiones españolas, introduce constantemente particularidades que justifican la peculiaridad cultural de su territorio, respondiendo, en la medida de sus posibilidades, lagunas detectadas en la aplicación de la normativa nacional e introduciendo planteamientos producidos por los mecanismos internacionales. De esta forma, más allá de lo que se ha visto en el Estatuto de Autonomía castellano-manchego, en el patrimonio histórico y cultural de la región se incluye lo siguiente (Fernández Maroto, 2005: 81-108):

- a) Los inmuebles y objetos muebles de interés histórico, artístico arqueológico, paleontológico, etnográfico y científico de interés para Castilla-La Mancha.
- b) Patrimonio documental y bibliográfico.
- c) Museos.
- d) Los sitios naturales, jardines y parques que tengan valor artístico, histórico y antropológico.

Desde la perspectiva de la protección de los bienes, se vislumbra lo que se expone a continuación (Fernández Maroto, 2005: 81-108):

- a) Los de interés cultural que se adaptan a las peculiaridades de la organización administrativa regional. Destaca la obligación de que los planes urbanísticos tienen que recoger los edificios que tengan incoado un expediente de declaración o ya lo estén como tales, así como la definición de sus entornos.
- b) Planes Regionales de Información.

Es en el contexto definido anteriormente en el que la declaración de conjunto histórico y/o arqueológico y de sitio histórico convierte a los municipios castellano-manchegos en sujetos activos, que quedan vinculados obligatoriamente a proteger el bien de interés cultural a través de la elaboración de un plan especial de protección. De esta manera, en Castilla-La Mancha, los ayuntamientos han adquirido la capacidad para defender el patrimonio local aunque por falta de recursos técnicos, humanos y económicos dicha competencia se ha mostrada limitada frente al crecimiento y la especulación urbanísticos, dificultando la conservación y el fomento del patrimonio. A pesar de que existe la posibilidad de evitar la pérdida de patrimonio en cooperación con organismos gubernamentales superiores, como las Diputaciones Provinciales, la gestión sigue estando condicionada por las leyes urbanísticas. Por ello, aunque no se puede infravalorar la actuación de las entidades locales, que regulan el fomento del patrimonio, frenan su destrucción mediante la creación de catálogos, inventarios o registros y compensan las obligaciones patrimoniales de los propietarios en la promoción de la cultural, éstas finalmente se están condicionadas por la realidad de la región.

La práctica cultural en Castilla-La Mancha y la necesidad de definir una política cultural

El esfuerzo cultural de Castilla-La Mancha, o lo que es lo mismo el peso que el gasto en cultura supone sobre el total del gasto público, informa sobre la importancia que se está otorgando a la cultura en la Región. Los castellano-manchegos se sitúan por debajo del promedio global de España en un contexto en que la dimensión de la cultura en las administraciones públicas no ha dejado de bajar. Todo ello pone de manifiesto el papel que la política y las actuaciones de la Comunidad Autónoma están jugando en la gobernabilidad en la materia.

El proceso de descentralización vertical en España, en el que la cultura se convierte en una de las competencias claves en la consagración de la administración regional, conduce a un retroceso del nivel estatal en favor del autonómico en la época de la fuerte expansión de las políticas culturales públicas, que no logra un equilibrio en relación con la participación de los distintos niveles de la administración en la

distribución del gasto público al respecto (Rubio Arostegui, Rius Uldemolins y Martínez Illa, 2014:23-25). Mientras tanto, en el escenario de la crisis, en Castilla-La Mancha se produce una focalización de la política cultural hacia lo local, debilitando aún más la planificación estatal, atenuando lo regional y dando lugar a una diversidad de situaciones difíciles de estandarizar. A ello, hay añadir cómo el proceso de alianzas y fusiones, que han dado lugar al nacimiento de grandes grupos transnacionales con un inmenso poder económico en los campos de las ICC, complica el estudio del impacto de la política cultural autonómica. Eso es, tanto España como Castilla-La Mancha se enfrenta a la perspectiva de la diversidad cultural en el contexto de la era global.

Como ya se ha indicado, la riqueza cultural de cada pueblo no es sólo una fuente de identidad tanto colectiva como individual sino también una causa de desarrollo integral en el que se incluye el económico. Por tanto, esa excepcionalidad representa un valor que hay que preservar en un marco mayor de proyecto nacional y europeo, que divulga por medios de las grandes redes de comunicación, como internet, pero que también conduce a la desaparición de identidades en aras de la cultura hegemónica. Eso es, la globalización hace uso de la cultural para beneficio propio. Utiliza el valor del patrimonio cultural poniéndolo al servicio de los eventos que atraen el flujo de capitales (por ejemplo, Toledo y el IV centenario de la muerte del El Greco en 2014) pero que, por la masificación de lugares históricos o arqueológicos, afectan de forma negativa. Sin embargo, en la actualidad, identidad y globalización definen el nuevo escenario sociocultural que se ha configurado.

En ese contexto, los castellano-manchegos se encuentran lejos de poder compatibilizar la identidad cultural con la globalización. Sólo una visión didáctica del patrimonio histórico y cultural podría beneficiar a la Comunidad Autónoma de los efectos de fenómenos como la *progresiva mundialización de las relaciones políticas, económicas y culturales*; la *aceleración de los procesos de regionalización y descentralización administrativa que favorecen el reencuentro o redescubrimiento del territorio y suman en el auge de lo local*; la *explosión consumista de una sociedad más abierta y participativa en la que los medios de comunicación de masas adquieren una gran influencia*; la *extensión de la educación y puesta en marcha de procesos de renovación pedagógica*, y la *aparición de una cultura de ocio y tiempo libre que dispara el turismo de masas y favorece el consumo cultural* (Fernández Maroto, 2005: 81-108):

En Castilla-La Mancha, el Instituto de Estadística, que dispone de una serie de datos culturales propios que recogen el empleo cultural, las empresas culturales, el turismo cultural y las enseñanzas en ese ámbito, reconoce que trabaja básicamente con información económica que recopila de fuentes externas, como el Instituto Nacional de Estadística y Ministerios. Asimismo, la Consejería de Educación, Cultura y Deportes de la región utiliza también las estadísticas de los Ministerios aunque existe una excepción al respecto, las bibliotecas. En relación con esa ICC, el Servicio de Estadística de Castilla-La Mancha dispone de recursos estadísticos propios, como la Red de Bibliotecas Públicas de CLM/Censo de Bibliotecas/Consejería de Cultura de CLM, que se alejan del CNAE.

La Consejería de Educación, Cultura y Deportes de Castilla-La Mancha, cuyo organigrama (<http://www.educa.jccm.es/es/consejeria-educacion-cultura-deportes/organigrama-consejeria-educacion-cultura-deportes>) revela la centralización de competencias y, en consecuencia, la pobreza de órganos subsidiarios, elaboró y ejecutó un Plan Estratégico de Cultura (1997-2006) con el objetivo de afrontar la especificidad de la Comunidad Autónoma y sus carencias culturales, tratando de universalizar el derecho a la cultura a través de la promoción de la educación y la implantación generalizada de hábitos culturales. Como consecuencia de la no renovación de dicho Plan y la falta de iniciativas similares en el área, en octubre de 2015, la Consejería anuncia la elaboración de un nuevo plan estratégico del que no se conocen todavía sus derivas. Se sabe, como es lógico, que se trata de una herramienta que reúne una serie de principios, objetivos, estrategias y metas para marcar el rumbo de la política cultural castellano-manchega a partir de ciento ocho programas y cuarenta y seis planes de acción. Su horizonte temporal está estructurado en tres partes (mayo 2015-2016/2017 hasta junio de 2019/hasta 2025 o acciones con resultados esperados a largo plazo), y cuenta con una financiación del 1% cultural, el mecenazgo y el propio presupuesto de la

Junta. Lo cierto es que la resistencia española en aparecer en los puestos destacados en materia de desarrollo educativo, científico o de inserción en la sociedad de la información es evidente. Y esto mismo ocurre con Castilla-La Mancha, cuyos proyectos deberían perseguir, de acuerdo con el art. 1, punto 2 de la ley 4/2013 de 16 de mayo, la valoración cualitativa de la cultura como recurso y finalidad.

Existe, por tanto, la necesidad de definir una política cultural en Castilla-La Mancha. Como argumento, sirva de ejemplo lo que ha ocurrido en 2016 con las artes escénicas. De acuerdo con los presupuestos de Castilla-La Mancha para ese año, la parte correspondiente al área de la gestión cultural de la Junta, que se encarga de las actividades relacionadas con la ICC citada, explica el papel que tiene la Vice consejería de Cultura en la Comunidad Autónoma (Castilla-La Mancha, 2016: 324-325). Aunque se observa un aumento del 22% en relación con 2015, ese incremento, que ha favorecido fundamentalmente a la Fundación Cultura y Deporte, plantea importantes dudas. Se echa en falta el diseño de un espacio adecuado que permita la ejecución de una política, que necesariamente tiene que definir criterios, líneas de actuación y la participación de los agentes culturales (Colado, 2016). En última instancia, preocupa que parte del presupuesto que recibe la joya de la política cultural de la región, se utilice para pagar el déficit de la temporada 2015. Esto, a su vez, muestra una tendencia que afecta directamente a esa ICC pero que lo podría estar haciendo con otras. Es decir que, en épocas de crisis, tal y como ya se ha dicho, las ICC pueden convertirse en un programa de ayuda de la contratación de los ayuntamientos que exime de la gestión a la administración regional (Colado, 2016).

En cualquier caso, la Administración castellano-manchega hace política cultural porque necesita proyectar su modelo para conseguir mayor legitimidad y rentabilidad. Una mayor visibilidad y transparencia le conduce a introducir la acción cultural como instrumento y reto de la diplomacia pública regional, que acaba afectando a la acción exterior del Estado, es decir, al posicionamiento global del mismo, o si se prefiere, a la marca España de la que Castilla-La Mancha forma parte. De esta manera, la Comunidad Autónoma se enfrenta a las siguientes obligaciones (Lizaranzu, Teresa, 2012: 169-170).

a) Mejorar las estructuras de coordinación para que los datos que arrojan las ICC sean una parte considerable de la economía autonómica, y, por tanto española.

b) Participar en la articulación de una estrategia internacional en la que estén presentes todos los actores. En este sentido, las leyes de mecenazgo permite que, de una forma conjunta, los sectores público y privado trabajen en el diseño y/o implementación de proyectos que fomenten la creatividad y la innovación.

c) Promover internacionalmente el turismo cultural en sus diferentes ámbitos como el patrimonio, la gastronomía, el cine, los creadores, etc.

d) Destacar la historia común mediante la conmemoración junto a países europeos y occidentales, iberoamericanos y mediterráneos. El hecho de que la identidad española sea compleja puede servir para proyectar la castellano-manchega, convirtiendo a la Comunidad Autónoma es uno de los agentes de la marca España.

e) Situar adecuadamente a Castilla-La Mancha en el espacio cultural iberoamericano, que ya existe desde hace tiempo, y en el que se ha visto cómo la estancia de profesionales y la proyección en ambos lados del Atlántico ha dinamizado el sector cultural y atraído la inversión en el ámbito de la creatividad y la innovación.

Castilla-La Mancha forma parte de más de quinientos millones de hispanohablantes, repartidos por todo el mundo, con una creciente influencia cultural, pero también política y económica en países claves como Estados Unidos y Brasil. Ello implica la modificación de un modelo político de acción exterior estatal en el que se permita una mayor participación de las Comunidades Autónomas en la toma de decisión.

2. Resultados sectoriales

Si se relaciona lo anterior con los resultados sectoriales que arrojan las ICC en Castilla-La Mancha, se observa que se registran retrocesos de las mismas durante el periodo considerado 2008-2014. Las actividades más afectadas por la crisis, en términos de personal ocupado, número de empresas, volumen de negocio y valor añadido, son Arquitectura, Libros y Prensa y Audiovisual y Multimedia.

En Arquitectura, es cierto que todas las Comunidades Autónomas comparten el mismo diagnóstico pero Castilla-La Mancha ha acabado convirtiéndose en un icono de la crisis económica en España. La región sigue la tónica general del país, que viene marcada por la implosión de la construcción, y como la ICC está condicionada por dicho sector observa pérdidas constantes que hacen que el descenso sea continuo. No obstante, el que los castellano-manchegos se enfrenten a unos de los niveles impositivos más altos del país, con un sistema laboral que se caracteriza por un considerable porcentaje de Función Pública y una estructura educativa todavía deficiente, hace que la explosión de la burbuja inmobiliaria, los problemas financieros derivados de la exposición de los bancos al ladrillo y la deuda pública generada por el incremento del gasto por parte de la Administración adquieran una dimensión cualitativamente distinta al resto del Estado. No se puede por más que mirar con preocupación cualquier movimiento a la baja en el personal ocupado, que pasa de 3.123, en 2008, a 1.327, en 2014. Este malestar se convierte en pesimismo cuando corren la misma suerte el número de empresas, que reduce su cantidad de 1816 a 1190; el volumen de negocio que manifiesta una disminución de 171 M € a 52 M €, y el valor añadido bruto que marca un descenso de 96 M € a 21 M de €. La recesión saca a la luz la fragilidad de los símbolos de la etapa de expansión, entre 2000 y 2007, que afecta, sobre todo, a dos provincias centrales, Toledo y Ciudad Real, y, por añadidura, y razones diversas, a todo el territorio autonómico.

La economía de Toledo y Ciudad Real se han acabado deteriorando por el desmoronamiento de la urbanización para sesenta mil habitantes que se construyó en Seseña, pueblo toledano de trece mil vecinos; mientras que la construcción del aeropuerto cluniense, en gran medida gracias a la facilidad crediticia y al impulso de los gobiernos regionales, y vendido posteriormente por su falta de uso como la terminal sur del aeropuerto madrileño de Barajas, pone de manifiesto como una inadecuada regulación, unida a un fuerte intervencionismo, puede convertirse en el caldo de cultivo de la disminución de la riqueza de una región. Asimismo, los castellano-manchegos tienen que gestionar las consecuencias del rompimiento del sistema financiero español sobre la Caja Castilla-La Mancha, que, en 2009, es intervenida por el Banco de España ante el temor que su caída arrastre a otras entidades y provoque el pánico entre los clientes.

Aunque en 2014, a final del periodo considerado, se empieza a remontar, constatándose que en Castilla-La Mancha, a diferencia de otros territorios a nivel nacional, los proyectos de obra nueva superan a los de reforma, el mercado laboral continua mostrando una drástica contracción. Asimismo, a pesar de que, en un entorno de fuerte caída de la demanda interior, las empresas castellano-manchegas están realizando un notable esfuerzo de internacionalización y diversificación, se sigue manteniendo una alta concentración de los destinatarios en Portugal, Francia y Alemania. De alguna manera, la imagen de las viviendas deshabitadas, los polígonos a medio construir y las promociones no comenzadas de la época de mayor crisis, se consolidan en la retina de los castellano-manchegos que, en 2015, tienen una tasa de desempleo del 27,8%, un paro juvenil superior al 60% (diez punto por encima de la media nacional), un 20% de parados de la región que lleva entre uno y dos años buscando empleo sin éxito, un distanciamiento en PIB per cápita (80% de la media nacional con respecto a la media del país) y una tasa relativa de pobreza aumentada que aleja a Castilla-La Mancha del Estado (Funcas, 2015).

En Libros y Prensa, aunque en Castilla-La Mancha se mantienen los parámetros nacionales puesto que se constata que la actividad editorial tiene un peso considerable en las ICC a pesar de que se gasta menos en libros, se tiende a imponer la lectura de la prensa digital, las editoriales siguen activas en medio de la crisis aunque se cierran librerías y alrededor de un tercio de los estudiantes ICC lo hacen en relación con este ámbito, la influencia de los factores demográfico, económico, social y cultural, que son las condicionantes que se utilizan en el análisis del comportamiento del consumidor, nos ilustran sobre el mismo y su actitud en

la materia. La combinación de esos instrumentos de estudio informan acerca de su perfil que tan útil resulta para calibrar sus necesidades y la percepción que tiene de la realidad.

En ese contexto, el consumidor castellano-manchego procede de una población en crecimiento, sobre todo en Toledo y Guadalajara. Cambia por la modificación en la estructura de edades que se aprecia a través de la diferencia entre consumidor rural y urbano, y que, a su vez, afecta a los niveles de renta. Está sometido al peso de los flujos migratorios internos que convierten, por su proximidad, a Madrid y a Valencia en focos de imitación. Tiene abierta una ventana al exterior por la presencia nada inestimable de extranjeros, sobre todo, en Guadalajara, que repercute, junto con la emigración de castellano-manchegos, sobre el mercado de trabajo y la prestación de servicios públicos. Está mediatizado por un aumento del número de hogares que supera el incremento de la población y que indica tanto el envejecimiento de la población como la existencia de unidades familiares unipersonales. Desde un punto de vista económico, las tendencias observadas apuntan hacia un incremento de la renta que los individuos destinan a los diferentes actos de consumo, aún teniendo en cuenta las minoraciones debidas al aumento de precios y a los mayores niveles de endeudamiento que se han producido. Y, por lo que respecta a lo social y cultural, una nueva configuración de los hogares, con un número menor de hijos y la incorporación de la mujer al mercado labor; la prolongación de las actividades escolares; el papel que desempeñan los medios de comunicación de masas, que a través de su publicidad desencadenan el consumo de un bien o de un servicio; la dimensión de las nuevas tecnologías en la creación de realidades virtuales y de esparcimiento, y la existencia en cada provincia de la Comunidad Autónoma de un patrimonio histórico, cultural y natural propio con sus costumbres y fiestas, su artesanía y su variada gastronomía producen una importante y creciente terciarización de la economía y limitan la influencia básica de la familia como agentes que preconiza elementos culturales. Esta diversidad de elementos convierte al consumidor castellano-manchego en una categoría difícil de estandarizar, que gasta, en primer lugar, en servicios recreativos y después en vacaciones todo incluido.

Desde 2009, la Comunidad Autónoma fomenta la cinematografía y el sector audiovisual en las modalidades de largometraje, cortometraje y festivales. Cineastas, productores y gestores culturales dan a conocer las diferentes ayudas que existen para el apoyo a esta actividad, que cuenta con la participación de representantes del gobierno regional. La emergencia, en 2011, del grupo multimedia de comunicación La Cerca, que crea la versión especialmente adaptada para teléfono móviles de un medio de comunicación en Internet supone un referente en Castilla-La Mancha. En 2016, Zona 84, la tienda especializada en Cómic, Manga, Libros, Warhammer, Magic, TCG, Rol, Juegos de Mesa, Estrategia y Merchand de Ciudad Real, renueva, por quinta vez, su apoyo al Festival de Cine de Castilla-La Mancha, FECICAM y sigue prestando sus instalaciones para acoger encuentros del sector audiovisual. Y, el desarrollo, en 2017, del plan de digitalización de empresas de la región, significa la importancia que tiene la innovación para la administración castellano-manchega por su inclusión en el Pacto por la Recuperación Económica de Castilla-La Mancha, la hoja de ruta consensuada por los poderes públicos y los agentes sociales para impulsar el crecimiento de la Autonomía en los próximos años y que contempla la innovación en su eje 1, de promoción económica y empresarial, y en el eje 4, de investigación, desarrollo e innovación. No obstante, en Audiovisual y Multimedia, Castilla-La Mancha está lejos de formar parte de los centros hegemónicos en el sector.

En Audiovisual y Multimedia, destaca la inexistencia de ayuda autonómica. Y junto a la convivencia de la oferta autonómica y local de televisión, que incrementa las opciones de pago, como ocurre en el resto de todas las Comunidades Autónomas, apenas se dispone de producciones de cine, a diferencia de lo que se produce en otras zonas del país. La industria es estable, sobre todo, en términos del número de empresas de videojuegos que se mantiene, aunque el consumo baja, afectando la crisis a los gastos en equipos audiovisuales. Cabe destacar también el exiguo papel que está teniendo la apuesta tecnológica de la televisión digital, que ofrecía la promesa de aumentar la oferta regional y local. Y como la región no se encuentra entre las que más concentran dicha actividad, el porcentaje de estudiantes formados en ámbitos

afines no destaca aunque sí lo hace sobre el total de estudiantes ICC en la región y sobre el total de estudiantes de la zona.

El panorama de lo Audiovisual y Multimedia no es fácil. La crisis económica, la debilidad del tejido productivo castellano-manchego, la transmutación del modelo de negocio para ajustarse a la coyuntura económica y a los cambios tecnológicos de la industria y a los hábitos de los consumidores son los escenarios más importantes a los que se enfrenta este sector, que se caracteriza por su amplitud. En un universo en el que las tecnologías de la información ha borrado las fronteras entre provincias y regiones en lo que al acceso a los medios de comunicación se refiere, el I+D y el marketing así como las exportaciones y el asociacionismo empresarial se hacen más necesarios que nunca. El extenso territorio castellano-manchego y la distribución de la población en núcleos pequeños conlleva una mayor inversión y distribución para llegar al consumidor. Y no se puede olvidar que las grandes inversiones en implantar la Frecuencia Modulada en todo el territorio, la TDT o banda ancha, están permitiendo un acercamiento más democrático a los medios que acaba por transformar el uso de la cultura (Martínez de la Casa Rodríguez, Enrique, 2011: 73-77).

Apenas sobresalen las Artes Visuales, que, en Castilla La-Mancha, sólo destacan por una baja concentración de estudiantes, que fluyen hacia un punto de atracción como Madrid. En Publicidad, por la propia naturaleza del sistema de acumulación, y al igual que sucede en el resto del país, el número de anunciantes es importante y su inversión también. De igual manera, la influencia que tiene la inversión publicitaria sobre la población y el PIB se manifiesta de forma desigual. Y a diferencia de otras Comunidades Autónomas, donde la mayor parte de la publicidad es captada por televisión y prensa, en Castilla-La Mancha, de acuerdo con el uso que hace el consumidor de las ICC, reposa en la radio y la prensa. La inversión en publicidad que genera la cultura en la región (14%) se sitúa por encima de la media nacional (8%) mientras que los estudiantes de ese ámbito no representan peso alguno en relación con la ICC puesto que se trasladan a otras Comunidades Autónomas del Estado, como Madrid nuevamente, para llevar a cabo sus estudios.

Las Artes Escénicas, como ocurre en el resto del país, mantienen indicadores relativamente estables. Aunque baja el número de representaciones y conciertos en lugares oficiales, la recaudación empieza a revertir su tendencia negativa por la existencia de espacios no convencionales y por la sostenibilidad que produce la actuación de los poderes públicos a través de las subvenciones. En este contexto, hay que interpretar el hecho de que los espacios escénicos se mantengan o crezca ligeramente el número de las compañías y las agrupaciones musicales se establezcan. Aunque el testimonio de muchos artistas manifiesta que vivir de esta ICC es prácticamente imposible, salvo para los que gozan de celebridad, y los estudios en la materia tenga poco peso relativo en el ámbito de la ICC porque, una vez más, se produce una descapitalización del recurso humano a favor de los grandes polos del país, Madrid y Barcelona, la enseñanza de las Artes Escénicas para quienes la practican es un camino honroso para la supervivencia y desarrollo de las mismas. Además, en Castilla-La Mancha, el Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro, en la provincia de Ciudad Real, dedicado al legado teatral del Barroco español y en especial al Siglo de Oro, modifica sustancialmente la perspectiva de esta ICC en la región.

Por último, en relación con Bibliotecas, Museos y Patrimonio, lo mismo que sucede en el Estado, en Castilla-La Mancha los indicadores gozan de estabilidad aunque con poco peso relativo en la ICC. A pesar de que la actividad de bibliotecas registra parámetros particulares, los museos logran mantener su equilibrio. Y, si bien es cierto que la Comunidad Autónoma se sitúa por debajo de la media nacional en cuanto al volumen de bienes patrimoniales (puesto nº 11), se registran tres lugares patrimonios mundiales de la UNESCO (patrimonio del mercurio de Almadén en Ciudad Real, ciudad histórica de Toledo y ciudad histórica fortificada de Cuenca). El peso relativo de los estudios en este ámbito es mínimo por las razones que ya hemos aludido en el caso de otras ICC aunque la Comunidad Autónoma forma parte del liderazgo, en un segundo plano, en esta ICC.

Siguiendo la estela de los beneficios que ha dejado la celebración del año Cervantino en 2016, con importantes cifras de turismo en Cuenca y Sigüenza (Guadalajara) y un retorno de casi ciento cincuenta millones de euros en toda la Comunidad Autónoma, el Ejecutivo de Castilla-La Mancha plantea exposiciones de arte contemporáneo en Toledo, la capital regional, entre 2018 y 2019 para atraer a ese turismo cultural tan ansiado, que provoca, a su vez, la puesta en marcha de diversos centros regionales que sirven de impulso a los distintos ámbitos de la cultura. En este contexto, se piensa en Talavera, tierra de cruce de caminos y por su tradición, para promover la formación de artesanía, mientras que en Toledo se pretende el fomento artesanal con la reapertura de la Mezquita de Tornerías. Asimismo, Ciudad Real está destinada a convertirse en el punto neurálgico para el impulso del folklore. Y simultáneamente, el cine, la música, las artes escénicas y la fotografía están llamadas a emitir cultura, a vertebrarla y a organizarla.

La perspectiva, que parece asumir el gobierno de Castilla-La Mancha para lograr sus objetivos culturales, es la de una cultura como industria que no se deslocaliza. De esta manera, se hace una cerrada defensa de la cultura como un derecho accesibles a todos, y que enfrenta varias cuestiones como el IVA cultural -calificado de excesivo- y un cambio de pensamiento que ya no sólo puede considerar la producción industrial de la cultura sino la propia cultura industrial, que es la que genera empleo porque es una industria más y una parte importante de la economía castellano-manchega. La cultura se convierte así en un nicho de mercado importante para producir una economía que se retroalimenta con un mayor valor añadido (Consejería de Educación, Cultura y Deportes de Castilla-La Mancha, 2017).

3. Las actividades ICC en Castilla-La Mancha

En nuestro ánimo de intentar conocer con mayor profundidad cómo evolucionan y cómo se implican las ICC en Castilla-La Mancha analizaremos cada una de las categorías en función de parámetros transversales que nos permitan extraer conclusiones cualitativas. Además, proponemos una perspectiva que nos permita comprender mejor el estatus de la región en comparación con el resto de España.

a. Arquitectura

Este polo de las ICC ha constituido en Castilla-La Mancha uno de los elementos más representativos y de mayor desarrollo en coherencia con el comportamiento del resto del país. Sin embargo, es precisamente una de las áreas en que la crisis ha impactado de manera más contundente tal y como hemos revisado en las secciones estadísticas de este capítulo. La reducción que se ha constatado en el número de empresas, de empleados y del volumen de negocio así lo atestigua. Curiosamente, y si tenemos en cuenta cómo se ha comportado estas categoría en otras comunidades autónomas como el País Vasco, la inercia que se ha mantenido es la de ir facilitando la nueva construcción más que la reforma. Aunque su impacto, a tenor de la estadística es mínimo, lo poco que se mueve el mercado de la construcción lo hace siguiendo el ritmo de la obra nueva característica que para el contexto de las ICC no desvela mucho aunque sí puede ser interesante si tenemos en cuenta que una partida de lo invertido en esa obra nueva repercute en la construcción de recintos aptos para el turismo, el deporte y actividades de recreo.

Es interesante notar cómo trata de retroalimentarse esta parte tan importante en Castilla-La Mancha de las industrias culturales con el ámbito formativo. El flujo de estudiantes también se ha visto retenido. Si entre 2010 y 2014, el número de alumnos de nuevo ingreso en los estudios de Ingeniería y Arquitectura descendió, como ya hemos expuesto, en un 26%, durante el curso 2013-2014 sólo 538 estudiantes se inscribieron en ámbitos de formación relacionados con esta área que, si bien apenas tiene relevancia en un nivel nacional, sí la tiene para el conjunto de las industrias culturales y creativas de esta comunidad autónoma. No en vano, esa cifra se traduce en un 11,6% de entre todas las ICC de la región. Además, detectamos un riesgo en este sentido ya que parece que hay una brecha entre el arraigo educativo de este área y las necesidades o salidas profesionales. De hecho, en 2014, tal y como vimos, es este sector el que más personal ocupa en comparación con todas las industrias culturales en la región.

Desde finales de 2014 y 2015 este ámbito está proyectando una lenta y leve recuperación. Convertir esta en sostenible, eficiente y que, a la vez, no sea el único centro de los esfuerzos en este sentido, supone su verdadero desafío a corto plazo. Será una tarea complicada porque aún no hay mercado suficiente para volver a situarnos en los niveles pre-crisis pero es evidente que, dado que alimenta en gran medida la base laboral de Castilla-La Mancha, la arquitectura se convertirá en una de las grandes prioridades. Apelamos, insistimos, a que no sea la única.

b. Artes Escénicas

Se trata de una de las categorías más débiles de Castilla-La Mancha. De hecho, es la actividad cultural que menos empleo genera en la región (5,8% en 2014) y que, en consonancia, proporciona un menor volumen de negocios, lo cual nos permite abordar la hipótesis de que la participación y el consumo culturales en esta área son bien escasos. Las cifras son tajantes. En 2014 el gasto medio de los ciudadanos en esta región y para este campo se situó en los 4€. Hasta 8.000 espectadores acudieron a los diversos espectáculos que se ajustan a la categoría.

En cualquier caso, es bien interesante notar cómo en la serie estadística 2008-2014 con la que hemos operado, las artes escénicas en esta autonomía no han sufrido un intenso recorte. Es más, casi ha habido cierta estabilidad. Influye, en esta cuestión, el establecimiento de una agenda fija de eventos que –aunque hayan podido notar ajustes presupuestarios– ha facilitado el mantenimiento y la continuidad.

En Castilla-La Mancha la música gana la partida al teatro aunque no hay una gran diferencia (un 4,6% frente a un 3,9% en concepto de valores, variación y tasa compuesta interanual). Aunque se detecta una gran brecha con las regiones más importantes (Madrid y Cataluña), esta comunidad autónoma refleja una mayor actividad que otras, clasificándose como la 8ª autonomía de nuestra clasificación en esta ICC. Sin embargo, si nos atenemos a la clave de educación y formación saltan las alarmas. No hubo estudiantes de las áreas relacionadas con esta categoría en el curso 2013-2014. No hay retroalimentación a corto plazo en esta línea. Las escasas perspectivas económicas bien pueden configurarse como uno de los motivos principales que justifican esta situación siguiendo la máxima de que “si no renta, no se estudia”.

En relación con otras comunidades autónomas –y volviendo a insistir en la gran diferencia con respecto a Madrid y Barcelona– las artes escénicas sitúan a Castilla-La Mancha en el “clúster 2” de nuestra metodología, es decir, agruparíamos a esta región junto a las que este tipo de actividad ha tenido un impacto “elevado” como son Castilla y León, Extremadura, Murcia, Galicia, las comunidades de la cornista cantábrica y Baleares.

Desde un punto de vista más concreto, el teatro, la música y la danza sí cuentan con cierto apoyo institucional. El Gobierno de Castilla-La Mancha habilitó en 2013 el portal regional de Artes Escénicas (<http://arteseszenicas.jccm.es/es/>) donde, además de publicitar las distintas programaciones y los festivales específicos que se celebran cada trimestre, es posible registrar profesionales, espacios escénicos, compañías, distribuidores de espectáculos, productores y contratistas. Aunque consideramos que debería fomentarse y ampliarse, se trata de una buena iniciativa y un buen principio.

Otra de las referencias escénicas que no puede faltar en esta región es el Festival Internacional de Teatro Clásico de Almagro. Cada verano, desde 1954, se celebra en el famoso corral de comedias de la ciudad, ubicada en la provincia de Ciudad Real, un ciclo de representaciones de obras del Siglo de Oro español y del Barroco. Se ha convertido en toda una referencia que cuenta con el apoyo institucional de entidades como el Ministerio de Cultura, la Junta de Castilla-La Mancha, la Diputación de Ciudad Real, la Universidad de Castilla-La Mancha, el Ayuntamiento de Almagro, la Compañía Nacional de Teatro Clásico y el Museo Nacional del Teatro. Además, cuenta con una plataforma de patrocinadores.

Según fuentes del propio festival, se calcula que cada edición acoge a 60.000 espectadores²¹. El modelo de este encuentro es bien interesante por su éxito y por su proyección internacional. Además, y aunque las representaciones teatrales pueden tener lugar fuera del emblemático Corral de Comedias, representa un ejemplo bien interesante que aglutina no solo dos propuestas ICC (Arquitectura y Artes Escénicas), sino que además impacta de una manera muy importante en el desarrollo turístico. Es aquí donde creemos que pueden abordarse los futuros desafíos para mantener cierta actividad en esta categoría. Aprovechar recintos arquitectónicos que, en algunos casos, podrían ser rehabilitados y reconvertidos en espacios escénicos sería una buena estrategia para incorporar mayor actividad y mayor participación. Además, esta tendencia rehabilitaría la protección del patrimonio inmueble de Castilla-La Mancha. Al fin y al cabo, la mejor manera de conservar un monumento es proporcionarle un uso. El vínculo con el turismo y la participación público-privada es, pues, también esencial.

Estas perspectivas de análisis en un contexto de dificultad económica hacen especialmente llamativo el esfuerzo de los organizadores de este gran evento, que se ha convertido en uno de los principales reclamos culturales, y turísticos como decimos, de Castilla-La Mancha. En el marco de esta investigación, la directora del Festival de Almagro, Natalia Menéndez, no ha tenido ningún inconveniente en cooperar y aportar su punto de vista al respecto de este ámbito respondiendo a algunas de las cuestiones clave que nos establecen esta relación, a veces tan dramática, entre economía y desarrollo cultural:

1.-El actual modelo del Festival de Almagro funciona. Su éxito y su proyección nacional e internacional edición tras edición así lo prueban. Tiene impacto sobre el turismo y sobre la recuperación arquitectónica. ¿Cree que es extrapolable al resto de la comunidad, que posee un patrimonio arquitectónico relevante? ¿Sería una buena estrategia aprovechar otros recintos para incorporar una mayor actividad y una mayor participación?

Indudablemente. El modelo implantado aúna el patrimonio a la actividad teatral. La situación geográfica de la ciudad de Almagro y el horario en el que se llevan a cabo la mayor parte de las representaciones ayudan a potenciar el impulso a favor de los establecimientos hoteleros y restaurantes. Eso, en lo relativo al mayor beneficio económico consecuencia del turismo.

Castilla la Mancha es una Comunidad Autónoma que puede presumir de gozar de un increíble patrimonio turístico cultural. El Festival es uno de sus buques insignia, por supuesto, pero la ciudad de Toledo es una cita ineludible para el turista, y junto a ella hay mucho que ver: Cuenca, las tablas de Daimiel, las lagunas de Ruidera, la existencia de zonas volcánicas a lo largo de la Comunidad, tantos y tantos pueblos que marcan un recorrido que podría llegar a ser ineludible para el turista. Tenemos un patrimonio cultural pasado y presente espectacular, reconocido y valorado internacionalmente. Somos nosotros los que no logramos ser capaces de valorarlo como merece ni de mostrarlo debidamente al que nos visita. Cuando llegamos al Festival de Almagro, nuestra primera reacción fue la de sorpresa al darnos cuenta de que un evento que era un diamante, no estaba posicionado como debía ni nacional ni internacionalmente. Evidentemente el trabajo ha sido mucho pero el éxito de nuestra labor ha sido en un gran porcentaje debido a que lo que queríamos mostrar no era necesario crearlo, ni siquiera convencer de ello. Siempre ha estado ahí. Lo importante era saber gestionar de una manera sensata e interesante lo que entendíamos que el público debía conocer.

Respecto a la posibilidad de aprovechar otros recintos para incorporar una mayor actividad, entendemos aluden al caso concreto del Festival. De ser así, la respuesta es un sí rotundo. El Festival de Almagro podría ser mucho mayor pero eso requeriría de un presupuesto que a la fecha la Fundación no tiene. Es más, ya no sólo sería cuestión de ocupar un mayor número de espacios. Entendemos que el número activo a día de hoy es más que razonable, pero podría ser un Festival de mayor duración. Eso propiciaría un beneficio global (económico, social, laboral, ... y, por supuesto, cultural) que haría mucho bien a la Comunidad.

²¹ Consúltase la web oficial al respecto: <http://www.festivaldealmagro.com/el-festival.php>

Sin embargo, dadas las cifras que ofrecen las artes escénicas en Castilla-La Mancha, con los datos más bajos de las industrias culturales y creativas, casi convierten el modelo de éxito del Festival de Almagro en un oasis, en un hecho que no refleja la realidad cultural de la región. Y, al mismo tiempo, es uno de sus grandes activos a proteger para revitalizar la comunidad autónoma.

2.-La crisis económico-financiera iniciada en 2008 ha tenido efectos demoledores en el sector cultural de Castilla-La Mancha. De hecho, entre ese año y 2014 se ha producido una caída en el consumo general de ocio y cultura del 26,64% en la región. ¿Cómo ha repercutido este comportamiento en el Festival de Almagro? ¿Ha experimentado también esa sacudida general?

Como bien señalan, la sacudida fue general y a día de hoy se mantiene. El Festival experimentó una reducción en su presupuesto que llegó a superar el 50%. Como imaginarán las posibilidades de trabajar con libertad en la programación y exhibición con tal circunstancia, quedan muy limitadas. No obstante, nuestro trabajo ha sido siempre el de manejar la realidad en que vivimos. Sinceramente, el teatro se ha acogido siempre a esa clásica máxima de "La función debe continuar". Lo que sí es fundamental es marcar unos principios que rijan el trabajo y el reflejo que se quiere lograr por parte del Festival. El Festival debe ser siempre un referente, con o sin presupuesto. Siempre lo ha sido y siempre lo será, al menos desde nuestra batuta. Es más, el Festival es un motor. Sería sencillo adoptar una decisión como la de acomodar la vida del Festival de forma proporcional al presupuesto: 50% de presupuesto sería equivalente a reducir proporcionalmente los días de exhibición. De esa manera podríamos haber encontrado una solución rápida al problema. Pero sería irresponsable. Lo sería con el significado propio del Festival. El Festival de Almagro, no hay que olvidar, es el Festival de Teatro Clásico más importante del mundo en su especificidad. Su relevancia a nivel cultural es fundamental. Reducir el periodo de exhibición devendría, casi ineludiblemente, en su desaparición progresiva. Pero es más, como ya apuntábamos, el Festival es un motor a muy distintos niveles. ¿Son ustedes conscientes del impacto que tendría en la ciudad de Almagro y en la región la reducción del Festival a dos semanas? ¿Y su desaparición?. Ostentar un puesto de responsabilidad obliga a observar todos los elementos e ingredientes que integran el evento o la institución, empresa,... sobre la que decides, pero también sobre todos los elementos, estructuras, realidades,... que dependen de él. Cada decisión debe ser sopesada y medida. Creemos que la decisión que adoptamos fue la más acertada. En cualquier caso, si pudo adoptarse fue gracias a todos. Reducir el presupuesto obligó al esfuerzo de todos aquellos que forman parte del evento (proveedores, compañías, personal,...). A todos se les explicó la situación y todos han venido entendiendo que es mejor apostar por el Festival que ahogarlo económicamente. Junto a ellos, el público que ha seguido apostando por Almagro. Podemos presumir de ser uno de los eventos con mayor porcentaje de ocupación del país. Por supuesto que hemos tratado de premiar su esfuerzo con descuentos a grupos, mayores de 65, menores de 21, desempleados,... pero la fidelidad del espectador ha sido y es muy de agradecer. Gracias a ello, gracias a todos, podemos estar orgullosos de contar con un Festival saneado y que puede seguir creciendo, adaptado a la realidad económica en la que vive.

3.-Según los datos de 2014, las artes escénicas en Castilla-La Mancha presentan las peores cifras en magnitudes como volumen de negocio (15 millones de euros), valor añadido bruto (9 millones de euros), empleo (425 personas) y empresas (268), en comparación con el resto de las industrias culturales y creativas de una región que posee una débil capacidad para monetizar las actividades culturales. ¿Cree que es posible revertir esta situación? ¿Esa transformación pasaría por definir una política cultural, unas líneas de actuación e implicar en la participación a otros agentes sociales?

No creo que me corresponda hacer una valoración global, no por lo menos sin tener un conocimiento específico de la información que necesitaría para ello. Todo es mejorable, incluso el propio Festival de Almagro que seguro que seguirá creciendo en los años venideros. Eso es lo que debe perseguirse. Estoy convencida de que es la actitud que reina en quienes desarrollan esta tarea a la fecha.

Además del gran éxito que supone esta manifestación, es en este sentido también reseñable el ejemplo de otro circuito de teatro que ha sido histórico en la región: el Festival Juvenil de Teatro Grecolatino de Segóbriga (Saelices, Cuenca), que fue abandonado en 2013 y recuperado en 2015²². Interesante esta propuesta en tanto que alimenta la implicación de grupos ‘amateurs’ surgidos en los centros educativos de Educación Secundaria y Bachillerato. Recordemos que es precisamente la línea formativa, la que presenta una carencia absoluta y peligrosa para el sostenimiento de la actividad.

c. Artes Visuales

El diseño, la fotografía y la pintura se engloban en esta categoría. Se trata pues de un área multidisciplinar y con un alto potencial creativo. Quizá por ello en 2014 se trata de la ICC líder por número de empresas en la región (1.198) superando incluso al sector más potente en Castilla-La Mancha, la Arquitectura. Sin embargo, sorprende cómo su volumen de negocio está muy por debajo de las expectativas. Con 29 millones de euros acumulados en 2014, las artes visuales se ubican por debajo de otras ICC; sólo supera al sector publicitario. En nuestra serie histórica y estadística, en los últimos ejercicios este eje cultural ha experimentado un ligero repunte. Donde destaca especialmente es, en contraposición a las artes escénicas, en el nivel de estudiantes. Hasta 1.122 se computaron en el curso 2013-2014, lo que supone ser una de las ramas más importantes en Castilla-La Mancha al suponer un 24,2% de los estudiantes inscritos en dicho curso en toda la región. Sin embargo, si se compara con el resto de España, este dato no tiene tanto peso porque, al fin y al cabo, supone solo un 3,4% con respecto a la media nacional. Eso sí, supera a otras regiones como Murcia, Aragón, Asturias, Extremadura, Islas Baleares, Navarra, Cantabria y La Rioja.

Con estos datos, localizamos una disfunción en el contexto institucional ya que no hay actividades precisas para dinamizar esta categoría teniendo en cuenta el alto reclamo formativo de esta área.

d. Audiovisual y multimedia

Cine, televisión, videojuegos y las tareas colaterales de producción forman parte de esta categoría. Junto a la Arquitectura se trata de otra de las actividades culturales de mayor peso en Castilla-La Mancha. En 2014 empleó a 1302 personas, lo que supone un 17,9% del total en la región. Conviene tener en cuenta, aun con todo, que los efectos de la crisis fueron muy severos en este campo pues precisamente el empleo sufrió un importante recorte que redujo en un 39,8% las plantillas dedicadas a esta actividad. Si nos detenemos en otro nivel significativo, observamos que el eje audiovisual y multimedia es la segunda área ICC por volumen de negocio pues supone el 19,6% en esta autonomía, porcentaje interesante si se tiene en cuenta que en 2014 se contabilizaban 227 empresas relacionadas con esta categoría cultural. Esta cifra, según la estadística de nuestra metodología, representa tan solo el 6,2% de la región.

De las diversas áreas que se engloban en esta ICC, la más preponderante es la televisión. Castilla-La Mancha cuenta con una radiotelevisión autonómica aunque su margen de audiencia dista mucho de ser representativo. Según análisis de Barlovento Comunicación (2015:19), los medios públicos de la región lograron en 2014 un promedio de un 4,6% de audiencia, por debajo de la media del conjunto de las entidades autonómicas de televisión, aunque como los datos indican, dicho porcentaje representa en realidad un mínimo incremento si se compara con la evolución del conjunto de las cadenas en 2013. De ahí que nos llame poderosamente la atención que, pese a estos escasos márgenes, y con la potencia que la radiotelevisión regional supone para Castilla-La Mancha, la importancia del audiovisual y multimedia como ICC en esta autonomía sea una de las más destacables. La verdad es que según nuestra metodología tampoco hay constancia de que haya habido ayudas económicas ‘ad hoc’ para impulsar el sector. Si seguimos profundizando en el análisis del sector televisivo, redundaremos en el importante peso

²² Véase sitio oficial en internet: <http://www.teatrogrecolatinosegobriga.com/>

que tiene la televisión en Castilla-La Mancha, ya que cuenta con cinco canales en abierto para toda la Comunidad; y a nivel local, se contabilizan hasta 36 cadenas.

En lo que se considera como una tendencia cada vez más fijada para toda España, el crecimiento de la televisión de pago también se hace notar en Castilla-La Mancha. En 2014, contaban con este servicio un total de 206.228 abonados y la penetración de este segmento rozaba el 10%. En cualquier caso, no son estadísticas que apuntalen a esta región como una autonomía líder en este ámbito.

El otro polo clave de esta ICC es el cine. Tampoco destaca Castilla-La Mancha en este ámbito. La región solo contaba en 2014 con dos productoras cinematográficas y se implicó en la producción de dos largometrajes. En cuanto a la participación y consumo del público, la región cuenta con 6,8 salas de proyecciones por cada 100.000 habitantes, cuestión interesante si pensamos en la dispersión poblacional castellanomanchega y en la concentración urbana típica de esta área. El gasto medio por usuario se estableció en 6,6€.

Tampoco los videojuegos son un elemento que permita a la región tomar la iniciativa ni marcar tendencia. En 2014 solo había dos empresas ligadas a esta actividad.

Lo que sí es interesante es percibir cómo hay una constante actividad económica relacionada con el sector audiovisual si hablamos de equipos y accesorios. No es que se trate Castilla-La Mancha de una región donde el nivel de gasto se equipare a Madrid y Cataluña, pero sí se mantiene por encima de otras autonomías que podrían tener otra disposición dadas sus características. En este sentido, en esta región el gasto medio en equipos llegó a los 204 millones de euros que se desglosan de la siguiente manera:

Un promedio de 259,8 euros por hogar al año.

Un promedio de 100,10 euros por persona al año.

Si volvemos a reflexionar los datos y elaboramos una panorámica, nos daremos cuenta de lo llamativo que es el hecho de que la segunda ICC por importancia en volumen de negocio en Castilla-La Mancha se mantenga viva con un nivel muy limitado de inversiones y de trabajadores dados los recortes que obligó a aplicar la crisis.

Donde sí hay coherencia es en el nivel de estudiantes que se forman en distintas etapas para participar de esta ICC. En la región, el 2,7% de los estudiantes del total de la comunidad se inscribieron en programas relacionados con esta actividad. Si restringimos la estadística a aquellos estudiantes matriculados en 2014 en programas que tienen que ver con las Industrias Creativas y Culturales, del total de ellos, el 38,3% se incluyó en el sector audiovisual y multimedia. La cifra es importante para la autonomía, aunque no para el total de España donde este porcentaje se traduce solo a un 3,7% del total nacional. Pero hablábamos de coherencia porque, tras la categoría de la Arquitectura y la Construcción, este sector tiene atractivo entre los jóvenes que quieren formarse en un área ICC que reporta un interesante volumen de negocio autonómico; doblemente llamativo si tenemos en cuenta la rigurosa crisis y el recorte tan importante —del casi el 40%, recordemos— de la fuerza de trabajo, algo que podría restar atractivo a quienes deciden formarse en este ámbito.

En definitiva, el posicionamiento de Castilla-La Mancha en cuanto a la variable audiovisual de las ICC se ubica muy lejos de los puestos de cabeza que acaparan Madrid, en primer lugar, y Cataluña. Esta autonomía se perfila como un agente de bajo nivel —clúster 4—relacionándose con el comportamiento de escasos márgenes e intensidad de otras áreas geográficas.

En el contexto audiovisual, en cualquier caso, el principal punto de inflexión está por concretarse en la región. A estas alturas, negar el peso de las nuevas tecnologías en la producción, distribución y difusión del audiovisual sería un error de amplias dimensiones. Con ello, no solo se cambian los “modos de hacer”,

sino también, “los modos de consumir”. El ascenso de la penetración de la televisión de pago indica ya el camino. Sobre todo porque estas plataformas suponen unos nuevos hábitos, los de la televisión a demanda: el usuario define qué quiere ver, cómo y cuándo, dejando cada vez más de lado las pautas convencionales. Es más, hasta está dispuesto a pagar por ello. La interacción con internet y las redes sociales, así como el desarrollo de aplicaciones conexas al consumo audiovisual, son, pues, otros elementos a destacar en este ámbito.

Sin embargo, con las cifras que hemos analizado, más que oportunidades lo que notamos en Castilla-La Mancha es riesgo. El impacto de estas tecnologías especialmente entre los jóvenes deja al margen a una población más madura y diseminada por toda la región. Será en las grandes ciudades de esta autonomía donde habría que analizar cómo evoluciona este mercado y cómo es capaz de aportar valor añadido. Dada la evolución de su televisión autonómica y la interacción con sus usuarios más fieles, nos mostramos más bien escépticos con la idea de que Castilla-La Mancha pueda ser, en este sentido, disruptiva.

e. Bibliotecas, museos y patrimonio

Bajo este epígrafe se engloban las actividades ligadas con las bibliotecas y espacios de lectura, la museística, la gestión de lugares históricos y el mantenimiento de archivos.

Si esta ICC genera sorpresa en el análisis estadístico que proponemos es porque, en contra de todos los pronósticos, es la única que incrementa su impulso económico. Bien es verdad que este crecimiento no es especialmente significativo por su escasa influencia, pero obviamente destaca cuando en medio de la crisis el panorama es complejo para las demás industrias culturales. Los datos apuntan a que si en 2008 esta área cultural generaba un volumen de negocio de 27 millones de euros, en 2014 esa cifra se incrementaría un 3,6% hasta situarse en los 32 millones de euros, es decir, un 13,6% del total que generan el resto de industrias culturales en la región. De manera paralela, también se ha incrementado el número de trabajadores ligado a esta área, hasta contar con 1.147 empleados. Sin embargo, donde no destaca es por el número de empresas. En toda la región se contabilizan hasta 78, un 2,1% del total de las empresas dedicadas a actividades de índole cultural. Este es un indicativo de la importancia que tiene el respaldo público para esta ICC, sobre todo si nos fijamos en el ámbito de las bibliotecas. Por eso mismo no sorprende que sea uno de los campos en los que la Administración ha decidido recortar en plena crisis. De hecho, en 2008 la inversión en bibliotecas ascendía a los 338.904 euros por cada 100.000 habitantes, que llegaron a reducirse hasta los 15.110 en 2012. El desplome fue dramático, aunque en 2014 ya se había recuperado hasta ubicarse en los 121.369 euros por cada 100.000 habitantes. En definitiva, la dependencia con respecto al respaldo público es vital en este segmento de la ICC: si hay impulso económico por parte de la administración, el sector crece, se recorta o se mantiene. Pese a ello, la media de visitas, también tomando como rango los 100.000 habitantes, no supera las nueve de media, por lo que en el eje de la participación la comunidad de no va a destacar.

Quien sí parece tener mayor reclamo entre el público es el conjunto de los museos castellano-manchegos. No solo han aumentado su peso, pues en 2014 los espacios museísticos se incrementaron hasta 175, sino que se observa una recuperación de las cifras de visitantes hasta lograr los 3,6 millones de personas. Como bienes de interés cultural, Castilla-La Mancha cuenta en nuestro año de referencia con 833 elementos, muy lejos de comunidades líderes como Andalucía o Galicia. De entre ellos, destacan conjuntos respaldados por la UNESCO en tanto que son reconocidos como patrimonio mundial: la ciudad de Toledo, las minas de Almadén (patrimonio del Mercurio) y la ciudad fortificada de Cuenca.

Un dato especialmente curioso es que pese a ser la única ICC que crece y que quizás muestra más equilibrio, las bibliotecas, museos y patrimonio no atraen a ningún estudiante para que se forme de manera específica. He aquí un importante riesgo, ya que si no hay formación, difícilmente podrá rescatarse o dinamizarse ámbitos, más locales o comarcales, que podrían explotarse.

En su conjunto, Castilla-La Mancha tiene un activo muy positivo en esta ICC. De hecho, por sus datos y su estabilidad logra reflejar un nivel de impacto elevado, incluyéndose en el clúster sectorial número 2. Las líderes indiscutibles son Madrid y Cataluña. Llama la atención cómo regiones como Andalucía o Galicia, que atesoran un importante número de bienes de interés cultural, quedan muy lejos del perfil de Castilla-La Mancha. Nuestra hipótesis es que, con los recursos de que dispone, esta región logra sacar mayor partido por un equilibrio más sostenido y por la componente turística. Al no tener costa u otros elementos de carácter natural que conecten con un turismo constante y estacional, el número de visitantes culturales que atrae Castilla-La Mancha es más fiel y más comprometido con esta esfera. Asimismo, el impacto del Año Greco 2014 en Toledo, el gran evento cultural que vivió la región, fue muy importante en el contexto de la museística²³ y el patrimonio histórico. De hecho, datos del Patronato de la Fundación que organizó los actos conmemorativos, estiman que el impacto económico en la ciudad superó los 360 millones de euros²⁴.

Sin embargo, el interés que a agentes externos de la Comunidad les generó el Año Greco cundió mucho más y con mayor potencia que entre actores internos y propios de Castilla-La Mancha. Así lo afirmó a la prensa Gregorio Marañón, presidente del Patronato de la Fundación que organizó y gestionó el ciclo dedicado al pintor, quien había echado en falta más implicación: “Eché de menos la participación de la sociedad civil de Toledo, cuando la ciudad ha sido la gran beneficiada de la Conmemoración. Excepto Soliss²⁵, que aportó 50.000 euros, el resto de los 20 millones de euros que captamos vinieron de fuera de Toledo”²⁶.

Para sacar mayor rendimiento a esta ICC sí detectamos que hay un interesante potencial si se vincula a actividades turísticas y se impulsa cierta inercia. Como comprobamos, en este sentido, el Año Greco 2014 ha sido un importante catalizador que ha generado un interesante legado que podrá seguir explotándose. No obstante, el escaso compromiso de agentes regionales y el vacío que en formación de especialistas y profesionales cualificados se ha constatado, amenazan las oportunidades que este sector podría generar a corto y medio plazo.

f. Libros y prensa

La edición de prensa y libros, así como los distintos servicios que están destinados a surtir de información son los elementos que componen esta área de las industrias culturales y creativas. Con un total de 351 empresas ligadas a este sector en 2014 y no más de 818 empleados podemos intuir que no es uno de los sectores culturales más desarrollados en Castilla-La Mancha. Precisamente, si nos detenemos en el valor de los puestos de trabajo que los libros y la edición de prensa generan en esta región, solo se supera la actividad laboral que producen las artes escénicas. En cualquier caso, tampoco este dato es casualidad. Los efectos de la crisis sobre este ámbito han sido especialmente severos. De hecho, el empleo de esta ICC se recortó un 49,6% desde 2008 hasta 2014. También ha sido abrupta la caída del volumen de negocio obtenido: de producir 94 millones de euros en 2008 se ha pasado a 36 millones de euros en 2014, lo que supone un recorte del 61,7%. Aun con todo, la reducción de empresas no ha sido tan dramática, hecho que demuestra que ha habido inercia por mantener la actividad aunque haya sido a costa de un importante sacrificio a la hora de destruir empleo en consonancia con los menores ingresos económicos que esta industria ha logrado producir.

Al margen de la crisis económica, no puede escaparse a este análisis las dificultades que el sector de la prensa atraviesa desde una perspectiva global. En la región, de hecho, esta debacle se ha concretado con

²³ Nótese que una de las exposiciones clave de este ciclo sobre El Greco se celebró en el Museo del Prado en Madrid.

²⁴ Del dato se hicieron eco varios medios de comunicación en el momento en que la Fundación, al cerrar el periodo conmemorativo, hizo públicas sus conclusiones. Véase por ejemplo ELDIARIO.ES (http://www.eldiario.es/cultura/Fundacion-Greco-cierra-Real-Toledo_0_456005329.html).

²⁵ Una compañía aseguradora importante en la provincia de Toledo.

²⁶ Véase entrevista de Fernando Franco a Gregorio Marañón en LATRIBUNADETOLEDO.ES publicada el 7 de marzo de 2016: <http://www.latribunadetoledo.es/noticia/Z04CA2514-97C1-57C1-0EDD7DB97AD13FA6/20160307/marañon/año/greco/ha/demostrado/toledo/sabe/ser/capital/europea/cultura>

una importante caída del consumo de ejemplares. En 2014 solo 24 por cada mil habitantes leía alguna publicación periódica, lo cual significa el sexto año de una caída en picado. Como consecuencia de ello, el cierre de publicaciones ha sido una consecuencia lógica, así como los índices de paro alcanzados por esta área de las ICC. Por ejemplo, en medio del periodo que analizamos, la Asociación de la Prensa de la provincia de Cuenca lamentó el 10 de marzo de 2013 el cierre del periódico *El Día de Castilla-La Mancha*. La Federación de Asociaciones de la Prensa en España (FAPE) se adhirió a la asociación conquense recalando en un comunicado que con la desaparición de este periódico, Cuenca y Guadalajara se convertían en las únicas provincias manchegas sin publicaciones impresas en papel²⁷.

Desde la irrupción de la crisis económica en España en 2008, el cierre de periódicos se había convertido en un fenómeno cada vez más repetido. Castilla-La Mancha, pues, no fue ninguna excepción aunque con la clausura de medios el desempleo en el sector periodístico alcanzó unas cotas más que significativas. Según la propia FAPE y la Asociación de la Prensa de Madrid (APM), en un resumen de su *Informe Anual de la Profesión Periodística 2013*, el paro entre los periodistas manchegos o radicados en esta comunidad autónoma se incrementó un 354% entre 2008 y 2013²⁸. Ahora bien, la tendencia parece revertirse ligeramente. El informe actualizado de la misma APM (2014:36), de 2013 a 2014, el desempleo entre los periodistas de esta región se habría recortado un 13%.

Más allá del cierre de publicaciones, surgen nuevas alternativas de lectura y nuevos canales. El anclaje, aún incipiente en esta región, de la lectura digital de publicaciones periódicas ha experimentado una evolución positiva. De arrojar índices marginales en 2008, de apenas 50.000 lectores, a alcanzar los 228.000 en 2014. En cualquier caso, este incremento no compensa de momento los recortes que se constatan en la prensa tradicional, pues la evolución es aún lenta.

En otros niveles de la ICC otro factor reseñable es que se contabilizan hasta 60 editores con actividad. También aquí se nota un cierto repunte pues la edición de libros en Castilla-La Mancha en este periodo llegó a los 908 ejemplares. Ahora bien, esta comunidad es la penúltima región por número de librerías (5,7 por cada 1000 habitantes). A la única comunidad que supera es Andalucía.

En cuanto a la popularidad de esta ICC entre los estudiantes según la metodología que aplicamos, los datos apuntan diversos niveles. Por un lado, en un ámbito regional, el 25,3% de los estudiantes castellano-manchegos que se inscriben en estudios relacionados con las industrias culturales lo hacen en áreas

²⁷ El comunicado de la FAPE, del 11 de marzo de 2013, puede consultarse en el siguiente vínculo en internet: <http://www.apmadrid.es/noticias/generales/la-fape-lamenta-el-cierre-del-periodico-el-dia-de-castilla-la-mancha>

²⁸ Puede consultarse las claves del informe de la APM en <http://www.apmadrid.es/noticias/generales/la-fape-lamenta-el-cierre-del-periodico-el-dia-de-castilla-la-mancha>

vinculadas a los libros y a la prensa. Sin embargo, si se compara con el total autonómico, este porcentaje se reduce al 1,8%. Y si lo continuamos comparando, la estadística nos muestra que en Castilla-La Mancha estas cifras solo representan el 1,5% del total nacional.

Pese a estos datos, en general, bastante significativos en tanto que nos perfilan un sector de las ICC en una situación más bien delicada, sorprende darse cuenta de que el impacto del ámbito de los libros y la prensa ubican a Castilla-La Mancha en un clúster de nivel moderado (3 de 4).

De cara a futuro, las potencialidades de esta ICC no parecen estar muy definidas. El ligero repunte del empleo en este sector no parece muy sólido y aunque haya compromiso por mantener labor editora y por estimular las publicaciones digitales, la configuración demográfica, social y económica de la región harán complicado fortalecer este segmento de las industrias culturales.

g. Publicidad

En esta ICC se agrupan las actividades que describen el trabajo y los objetivos de las agencias de publicidad, las actividades de relaciones públicas y representación de medios de comunicación, los estudios de mercado y las encuestas de opinión.

En Castilla-La Mancha los registros de esta ICC no son especialmente destacables, pero sí se detecta una actividad que, si bien no es la más rentable y cuyos márgenes son estrechos, sí se mantiene con cierta estabilidad.

En el desglose de variables, encontramos que la publicidad ocupa al 14% del personal dedicado en las industrias culturales en la región. Se trata, pues, de la quinta actividad cultural por número de empleados, superando las cifras que corresponden al segmento de libros y prensa y de artes escénicas. En la correlación de estas cifras, al igual que hemos medido en otras ICC, es importante considerar el número de empresas centradas en este ámbito. En Castilla-La Mancha se computan hasta 352, cifra que en 2014 representa un 9,6% del total de las empresas culturales. Su volumen de negocio no es el más llamativo; los 25 millones de euros acumulados en 2014 (el 10,6%) ubica a la publicidad solo por delante de las artes escénicas.

Si profundizamos más, y analizando la serie histórica, es fácil notar cómo la crisis ha tenido efectos desiguales sobre esta ICC. Durante el periodo analizado, desde 2008 hasta los registros de 2014, la principal conclusión que se extrae es que ha habido un sensible incremento (de 710 a 1015 personas). Ahora bien, 2011 fue el año del gran recorte y, por tanto, del mayor índice de paro para este sector. Solo trabajaba en la región en publicidad y actividades conexas un total de 536 personas. De ahí, en apenas tres años el impulso ha sido muy interesante al incrementarse un 47,1%. La moderación superficial de ciertos efectos de la crisis, así como el tradicional mandato de que en publicidad y marketing es en lo último que hay que recortar en medio de una temible crisis parecen haber revertido una severa tendencia de destrucción de tejido empresarial y de empleo. De hecho, en todo el tramo histórico sobre el que trabajamos, el número de empresas ligado a esta ICC se ha mantenido casi estable, al igual que el volumen de negocio.

En Castilla-La Mancha operan hasta 720 anunciantes que invierten una media de 26.681€ por año cada uno de ellos. Sin embargo, en términos globales, esta cifra apenas representa el 0,05% del PIB. Así las cosas, no es difícil concluir que no es el sector de mayor relevancia e impulso regional entre las industrias culturales. Es más, si tenemos en cuenta que la inversión de los anunciantes que tienen sede en Castilla-La Mancha no supera el 0,8% de todas las comunidades autónomas nos podemos hacer una idea de lo focalizado y regional de este segmento de las ICC.

En otro orden de asuntos, si analizamos hacia dónde se destinan las inversiones en publicidad de los anunciantes de la región llegaremos a una interesante conclusión:

Radio: 39,9%
Diarios: 30,1%
Televisión: 24%
Publicidad exterior: 5,4%
Internet: 0,6%
Cine: 0%

Como vemos, la radio lidera. Su perfil geográfico, su alcance local y comarcal impulsan a este medio como el canal publicitario por excelencia. Castilla-La Mancha supera así a todas las demás comunidades autónomas, que tienen en la televisión y en la prensa sus principales puntales publicitarios. Fijémosnos en el furgón de cola: si internet es una de las futuras válvulas de escape, no parece que sea en Castilla-La Mancha tan importante. De nuevo, para explicar este fenómeno, tendremos que acudir a características sociales, demográficas y económicas.

En cuanto a la participación y al impulso del ámbito publicitario notamos una seria brecha en el capítulo de la formación. De hecho, en 2014 esta actividad no llamó la atención de ningún estudiante castellano-manchego.

Al igual que en otras ICC donde hemos observado una actividad más bien restringida y de poco alcance, pero a cambio, de una cierta estabilidad, Castilla-La Mancha se agruparía en el clúster 3 para esta ICC en relación con otras comunidades autónomas. Esto significa que la publicidad tiene un impacto moderado, aunque bien lejos de los grandes líderes sectoriales: Madrid y Cataluña.

D) CONCLUSIONES

En periodos de crisis económica, los ciudadanos modifican o reorientan su participación en las ICC, tanto como productores como consumidores. La caída del PIB en CLM entre 2008 y 2014 ha afectado a las rentas familiares y a las políticas públicas; las primeras han visto reducida su implicación en las ICC, mientras que las políticas públicas han optado por proteger otros sectores productivos y han aplicado la austeridad precisamente en el sector menos significativo en términos de renta y empleo, como son las ICC. Sin embargo, desde el punto de vista de la demanda, CLM presenta ciertas singularidades que resultan a veces contradictorias: durante el periodo analizado se observa una cierta estabilidad en las tasas demográficas – con leves incrementos- y una alta concentración urbana de la población en las capitales de provincia, lo que resultaría significativo para dinamizar las ICC. Estos aspectos, teóricamente positivos para el desarrollo de las ICC, aparecen contrarrestados por el bajo nivel de renta y de poder adquisitivo de un porcentaje relevante de la población de la región, así como de un modelo educativo que presenta débiles niveles de formación en la franja de edad entre los 25 y los 64, precisamente aquella que puede contar con mayor nivel adquisitivo para invertir en actividades propias de la extensión del modelo educativo y de gasto en ocio cultural.

Teniendo en cuenta estos aspectos tan complejos de la demanda de las ICC, podemos decir que en CLM, una comunidad con un patrimonio cultural natural extraordinario -sin tener en cuenta las políticas públicas al respecto, que deberían dinamizar aún más ese patrimonio o incentivar su consumo y su creación- el alcance socio-económico y cultural de las ICC se ve mermado por los aspectos cualitativos y cuantitativos de los demandantes. Este punto débil en el esquema de desarrollo de las ICC, junto a la subvención pública de ciertas actividades culturales, reducen considerablemente la capacidad para crear riqueza o “monetarizar” las actividades culturales de la región y obligan a vincular éstas al turismo, uno de los sectores más rentables de la comunidad.

El perfil digital regional refleja también esas mismas contradicciones y complejidades, pese a las iniciativas institucionales que, aunque en ocasiones se limitan a mostrar el “escaparate” patrimonial de la comunidad, también representa contenidos culturales relevantes, como las visitas virtuales a varios Museos.

Haciendo una breve referencia a las magnitudes económicas, debemos decir que, en el período analizado, se ha producido -como en el resto de las CC.AA.- un descenso en el empleo total. Sin embargo, la destrucción del empleo en las ICC ha sido más rápida y más acusada que en otros sectores. Este dato debilita aún más el impacto socio-económico de las ICC, por un lado, porque la mayor parte de las empresas ICC regionales tienen una dimensión muy reducida, con una media de dos empleados, por lo que la destrucción de empleo tiene una correspondencia casi directa en la desaparición de la empresa. Por otro lado, porque reduce drásticamente la aportación de las ICC al empleo total de la región, ya que apenas alcanza el 1%.

Desde un punto de vista más **cualitativo**, es reseñable cómo Castilla-La Mancha tiene un alto potencial patrimonial y cultural que, sin embargo, aunque hay índices estables en el comportamiento de alguna ICC, cuenta con pocas interacciones o no con la suficiente participación. Los agentes sociales locales-regionales no siempre se implican como se espera, tal y como vimos en el ejemplo del amplio plan cultural del *Año El Greco 2014*. Bien es verdad que económica y demográficamente no es una región especialmente activa, pero sería deseable contar una mayor implicación.

En Castilla-La Mancha, como para el resto de la regiones españolas, la promoción de su cultura compromete la base de su identificación, que afecta, en un última instancia, a su desarrollo territorial. Las dificultades en el acceso a su mercado interno en condiciones de igualdad y en el intercambio y/o internacionalización de contenidos de producción autóctona manifiestan la necesidad de una política cultural de la diversidad, que organice el patrimonio histórico y cultural, pero también lingüístico, castellano-mancheño.

En ese contexto, adquiere importancia el turismo rural, que no es sólo consecuencia de los cambios en la demanda sino de programas europeos de desarrollo y de programas dinamizadores de Castilla-La Mancha. De esta forma se pone en valor la protección del patrimonio histórico, cultural y natural de la Comunidad Autónoma. Los municipios castellano-mancheños se convierten en sujetos activos, que están obligados a proteger el bien de interés cultural aunque se echa en falta el diseño de un espacio adecuado que permita la ejecución de una política, que defina criterios, líneas de actuación y la participación de los agentes culturales. En última instancia, el Ejecutivo castellano-mancheño considera que la cultura es un nicho de mercado importante para reproducir una economía que se retroalimenta con un mayor valor añadido.

La inversión en arquitectura y patrimonio histórico tendría que reconducirse con el fin de conceder una utilidad-finalidad a los distintos espacios y monumentos con que cuenta la región. Así se puede cumplir con una tarea elemental que asegura la continuidad y salvaguarda de dicho patrimonio: la conservación. Y al mismo tiempo, la rentabilización y la funcionalidad de dichos espacios. En algunas ciudades, Toledo es quizás el mejor ejemplo, ya se han puesto en marcha iniciativas de este tipo, dando una nueva vida a conventos, iglesias desacralizadas o palacetes. El turismo se puede ver reforzado gracias a estas iniciativas.

El gran reto para la región consiste en un plan que fomente la digitalización de estructuras. En el ámbito audiovisual esto es muy obvio porque a día de hoy no se puede eludir la convergencia que existe entre contenidos y la virtualización de los mismos. Pero la digitalización a gran escala de las ICC ha de ser clave. Primero porque abarata algunos costes; segundo, porque caracteriza una mayor difusión y accesibilidad.

Más allá de lo que supone el conjunto de las ICC, se debe tener en cuenta cómo influye el perfil demográfico, social y económico de la región. En Castilla-La Mancha la crisis se ha notado de modo severo. La administración ha aplicado severos recortes en áreas como las culturales, especialmente sensibles a

esta dependencia pública. En paralelo, la recuperación del empleo específico y especializado en estos sectores es vital, aunque los datos demuestran que es aún muy frágil. Como conclusión, la capacidad de reacción a esta crisis deja a Castilla-La Mancha en un punto de partida muy complejo, por lo que la recuperación a niveles previos a 2008 aún tardará en llegar. Es decisivo que la región sepa cuidar sus grandes activos: el patrimonio UNESCO y los grandes reclamos como el Festival de Almagro o los yacimientos arqueológicos de esta comunidad, como principales ejemplos.

E) BIBLIOGRAFÍA

- Asociación de Editores de Diarios Españoles (2011). Libro Blanco de la prensa diaria 2012, Madrid: AEDE.
- Asociación de la Prensa de Madrid (2014): Informe anual de la profesión periodística, Madrid. Disponible en http://www.apmadrid.es/wp-content/uploads/2009/02/Informe%20profesion_2014_def_baja.pdf
- Barlovento Comunicación (2015): Análisis televisivo 2014. Disponible en <http://www.barloventocomunicacion.es/images/publicaciones/analisis-televisivo-2014-Barlovento.pdf>
- BBVA Research (2014): *Situación Castilla-La Mancha. Revista de situación*, Madrid. Disponible en: <https://www.bbvaresearch.com/public-compuesta/situacion-castilla-la-mancha-segundo-semester-2014/>
- Bustamante, Enrique (2002). *Comunicación y cultura en la era digital*. Barcelona: Gedisa.
- Bustamante, Enrique (ed.) (2011). *Industrias creativas*. Barcelona: Gedisa.
- Bustamante, Enrique y Zallo, Ramón (Coords.) (1988). *Las industrias culturales en España*. Madrid: Akal.
- Bustamante, Enrique (Coord.) (2011): *Informe sobre la cultura española y su proyección global*. Madrid: Fundación Alternativas.
- Bustamante, Enrique (2009). "De las industrias culturales al entretenimiento" en *Diálogos de la Comunicación*, Nº 78, julio.
- Castilla-La Mancha (2015). *Plan estratégico de turismo 2015-2019. Castilla-La Mancha en un lugar de tu vida. Misión, visión y objetivos estratégicos. Desarrollo de planes y líneas de actuación*, Toledo.
- ---- (2016). *Proyecto de Ley de Presupuestos Generales 2016*. Disponible en: <https://culturaentransicion.files.wordpress.com/2016/03/presupuesto-cultura-2016.pdf> [Consulta: diciembre de 2016]

- <http://centresderecerca.uab.cat/oic/content/industrias-culturales-creativas->
- Cebrián Abellá, Francisco. "El turismo rural en Castilla-La Mancha". En Pillet, F. *Lecciones de desarrollo rural. Una aproximación formativa desde y para Castilla-La Mancha*, Ciudad Real, Plaza y Janés, UCLM, CEDERCAM, pp. 219-225.
- -----, "Turismo rural, elementos definidores, estrategias públicas de apoyo y problemas. Estructuras. La perspectiva de Castilla-La Mancha". En *Revista de Análisis Turístico*. nº 9, 1er semestre 2010, pp. 63-73.
- Colado, José Luis. "Cultura en transición: la política cultural de la Junta de Castilla-La Mancha I", micr.es (diario digital ciudadano). Disponible en: <http://www.miciudadreal.es/2016/03/06/cultura-en-transicion-la-politica-cultural-de-la-junta-de-castilla-la-mancha-i/> [Consulta: diciembre de 2016]
- Comisión Europea (2010). Libro Verde de 27 de abril de 2010. Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas [COM(2010) 183 final. Bruselas: Comisión Europea.
- Comisión Europea (2011a). Creative Europe - A new framework programme for the cultural and creative sectors (2014-2020). COM(2011) 786/2. Bruselas: Comisión Europea.
- Comisión Europea (2011b). Horizonte 2020, Programa Marco de Investigación e Innovación. COM(2011) 808 final. Bruselas: Comisión Europea.
- Comisiones Obreras de Castilla-La Mancha (2015): *El panorama económico e industrial en Castilla-La Mancha. Una propuesta para el debate: La industria, clave del futuro*, Toledo. Disponible en: http://www.castillalamancha.ccoo.es/comunes/recursos/7/pub151364_Panorama_economico_e_industrial_en_Castilla-La_Mancha._Una_propuesta_para_el_debate._La_industria,_clave_de_futuro..pdf
- Consejería de Educación, Cultura y Deportes de Castilla-La Mancha. *El Plan Estratégico de Cultura de Castilla-La Mancha impulsará el reconocimiento de la cultura como un derecho y como una oportunidad*. <http://www.castillalamancha.es/actualidad/notasdeprensa/el-plan-estrat%C3%A9gico-de-cultura-de-castilla-la-mancha-impulsar%C3%A1-el-reconocimiento-de-la-cultura-como>, 27 de febrero de 2017 (consultada en marzo 2017).
- Cook, P.; y Lazzaretti, Luciana Ed. (2008). *Creative Cities, cultural cluster and local economic development*. Boadmin: MPG Books Ltd.
- Corredor Lanas, Patricia (2013): *El estado de la cultura en España [2013]. La perspectiva de los agentes culturales*. Madrid: Fundación Alternativas.
- Department for Culture, Media and Sports (2011). *Creative Industries Economic Estimates. Full Statistical Release*. London: DCMS.
- Department for Culture, Media and Sports (2001a). *2001 Creative Industries Mapping Document*. London: DCMS.

- Department for Culture, Media and Sports (2011). Creative Industries Economic Estimates. Full Statistical Release. London: DCMS.
- Deroin, Valérie (2011). European statistical Works on Culture. ESSnet-Culture Final report, 2009-2011. Paris: Ministère de la Culture et de la Communication (DEPS).
- Díaz Nosty, Bernardo (1989). Comunicación social 1989-Tendencias. Madrid: Fundesco.
- Díaz Nosty, Bernardo (2001). Informe anual de la comunicación 2000-2001. Estado y tendencias de los medios en España. Madrid: Grupo Zeta.
- Engstler, Martin; Lämmerhirt, Johannes; y Nohr, Holger (2012). Trendbarometer Kreativwirtschaft Baden-Württemberg 2012. Stuttgart: Kohlhammer.
- European Union (2012). European agenda for culture: work plan for culture 2011-2014. Bruselas: European Union.
- Eurostat (2011). Cultural statistics. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
- Federación de Asociaciones de Productores Audiovisuales Españoles (2014): Memoria 2014. Madrid: FAPAE.
- Fernández Maroto, Domingo. "El valor y uso del Patrimonio Histórico de Castilla-La Mancha". Luis Benítez de Lugo Enrich (coord.), Jesús Gutiérrez Villalta (coord.), Angel Soguero Muñoz (coord.), Ciudad Real, Lozano, 2005.
- Flew, Terry (2012). The Creative Industries. Culture and Policy. Londres: Sage.
- Florida, R. (2002). The rise of creative class. New York: Basic Book.
- Forta (2012). Informe sobre el papel de la Televisión pública autonómica en España.
- Funcas. El impacto de la reciente crisis económica en Castilla-La Mancha. <http://blog.funcas.es/el-impacto-de-la-reciente-crisis-economica-en-castilla-la-mancha/>, 2015 (consultada en marzo, 2017)
- Fundación Contemporánea (2014, diciembre): *Observatorio de la Cultura. Análisis de resultados, Madrid*. Disponible en: http://www.fundacioncontemporanea.com/wp-content/uploads/2012/10/ANALISIS_RESULTADOS_OBS_DICIEMBRE_2014.pdf
- Fundación Ideas (2012). Las industrias culturales y creativas: un sector clave de la nueva economía. Madrid: Fundación Ideas.

- Fundación Retevisión (2001). eEspaña 2001. Informe anual sobre el desarrollo de la sociedad de la información en España. Madrid: Fundación Retevisión.
- Fundación Orange (2011). eEspaña 2011. Informe anual sobre el desarrollo de la sociedad de la información en España. Madrid: Fundación Orange.
- Fundación Telefónica (2001). La Sociedad de la Información en España 2001. Madrid: Fundación Telefónica.
- García Gracia, María Isabel y otros (2000). La industria de la cultura del ocio en España. Madrid: Fundación Autor.
- Garnham, Nicholas (2005) « From cultural to creative industries : An analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom » en International Journal of Cultural Policy, Vol. 11, No. 1, 2005
- Garnham, Nicholas (2011). «De las industrias culturales a las creativas. Análisis de las implicaciones en el Reino Unido», en E. Bustamante (Ed.) Industrias Creativas. Madrid: Gedisa.
- Gobierno de Castilla-La Mancha (2014): *Ley de Presupuestos Generales de Castilla-La Mancha*, Toledo.
- <http://www.educa.jccm.es/es/consejeria-educacion-cultura-deportes/organigrama-consejeria-educacion-cultura-deportes>
- <http://www.patrimoniohistoricoclm.es>
- KEA European Affairs (2006): The Economy of Culture in Europe, Brussels: European Commission.
- Lizaranzu, Teresa. “La cultural y el posicionamiento global de España”. Ministerio de Asuntos Exteriores y de Cooperación: *Retos de nuestra acción exterior: diplomacia pública y marca España*, pp. 169-170.
- Malgesini Rey, Graciela (2014): Informe social Castilla-La Mancha, ENAPE (Red Europea de Lucha contra la Pobreza y Exclusión Social). Disponible en: <http://eapn-clm.org/ARCHIVO/documentos/recursos/2014 INFORME CASTILLA LA MANCHA EAPN-CLM.pdf>
- Martínez de la Casa Rodríguez, Enrique. “El consumo de medios audiovisuales en Castilla-La Mancha”. En *Alcalibe*, 11, pp-73-77.
- Mckinlay, Alan y Smith, Chris (Eds.) (2009). Creative Labour. Working in the Creative Industries. Houndmills: Palgrave Macmillan.

- Ministère de la Culture et de la Communication (2011). Chiffres clés. Statistiques de la culture 2011. París: MCC.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deporte (2016). *Plan de fomento de las Industrias Culturales y Creativas 2016*, Dirección General de Política e Industrias Culturales y del Libro.
- Ministerio de Cultura (2008-2012). Cuenta Satélite de la cultura en España. Madrid : MC.
- Ministerio de Cultura (2008-2014). Anuario de Estadísticas culturales. Madrid : MC.
- Ministerio de Economía y Competitividad (2013a). Estrategia española de ciencia y tecnología y de innovación 2013-2020. Madrid: MEC.
- Ministerio de Economía y Competitividad (2013b). Plan estatal de investigación científica y técnica y de innovación 2013-2016. Madrid: MEC.
- Ministerio de de Educación, Cultura y Deportes (2011). Anuario de estadísticas culturales. Madrid: MECD.
- Ministerio de de Educación, Cultura y Deportes (2012). Anuario de estadísticas culturales. Madrid: MECD.
- Ministerio de de Educación, Cultura y Deportes (2013). Plan Estratégico General 2012-2015. Madrid: MECD.
- Ministerio de Educación, Cultura y Deportes (2013). Plan Estratégico General 2012-2015. Madrid: MECD.
- Motion Picture Association of America (2010). Theatrical Market Statistics 2010. Washington, D.C.: MPAA.
- Motion Picture Association of America (2011). The Economic Contribution of the Motion Picture & Television Industry to the United States. Washington, D.C: MPAA.
- Ortega Mohedano, Félix (2009). “La televisión de proximidad en España. Procesos concesionales, análisis de la población y PIB”. En Revista Latina de Comunicación Social, 64.
- Potts, Jason; Cunningham, Stuart; Hartley, John; y Ormerod, Paul (2008). “Social network markets: a new definition of the creative industries”. En Journal of Cultural Economics Vol. 32 (2).
- Rubio Arostegui, Juan Arturo; Rius Ulldemolins, Joaquim, y Martínez Illa, Santi. *El modelo español de financiación de las artes y la cultura en el contexto europeo. Crisis económica, cambio institucional, gobernanza y valor público de la cultura y la política cultural*, Fundación Alternativas y Fundación SGAE, documento de trabajo 16/2014.

- Santos Redondo, Manuel (Coord.) (2011). Economía de las industrias culturales en español. Barcelona: Ariel.
- SGAE (2008-2014). Anuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales. Madrid: Fundación autor.
- Rausell-Köster, Pau; Marco-Serrano, Francisco; y Abeledo Sanchís, Raúl (2011). "Sector cultural y creativo y riqueza de las regiones: en busca de causalidades" en *Ekonomiaz* Nº 78, 3ª cuatrimestre 2011.
- Selgas Gutiérrez, Joaquín (2000): "La política bibliotecaria en Castilla-La Mancha: realidades y proyectos", en M. de Navascúes Palacio (Coord.): *Actas de las I Jornadas Bibliotecarias de Castilla-La Mancha*, Cuenca, Ediciones de la Universidad de Castilla-La Mancha.
- Tejada Ponce, Ángel: "UCLM y planificación estratégica, un binomio obligado a partir del 9 de febrero", 3 de enero de 2016. www.lacerca.com Noticias de Castilla-La Mancha.
- The Sector Skill Council for Creative Media (2011). Sector Skills Assessment for the Creative Industries of the UK. Londres: Alliance.
- UNESCO (2012). Measuring the economic contribution of cultural industries. Montreal: UNESCO.
- Zallo, Ramón (2011). Estructuras de la comunicación y la cultura. Barcelona: Gedisa.
- Zallo, Ramón. *Análisis comparativo y tendencias de las políticas culturales de España, Cataluña y el País Vasco (metodología de Compendium of cultural policies and trends in Europe)*. Fundación Alternativas, Documento de Trabajo 10/2011.