

Delimitación conceptual y definición de los sectores de las ICC en EUSKADI



Kulturaren
Euskal Behatokia
Observatorio Vasco
de la Cultura



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA
DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA



Delimitación conceptual y definición de los sectores de las ICC en EUSKADI

Presentación _3

1 De las Industrias culturales a las Industrias creativas _4

- 1.1. El punto de partida: las Industrias culturales _4
- 1.2. La irrupción de las Industrias Creativas _6
- 1.3. Debates en torno a las ICC _7

2 Marcos de referencia para delimitar las ICC _8

- 2.1. Modelos conceptuales _8
 - 2.1.1. Modelo británico DCMS _8
 - 2.1.2. ONU/UNCTAD _9
 - 2.1.3. KEA _9
- 2.2. Modelos estadísticos _10
 - 2.2.1. UNESCO _10
 - 2.2.2. Unión Europea _11

3 Retos y herramientas para la medición del sector ICC _13

4 Un modelo de ICC para la CAE _16

- 4.1. Tres criterios y una premisa _16
- 4.2. Definición del sector ICC _17
- 4.3. Orientaciones y alcance del modelo _18

5 Definiciones y descripción de actividades _19

- 5.1. Esquema de análisis _19
- 5.2. Definiciones de los sectores ICC _20
 - 5.2.1. Sectores culturales _20
 - 5.2.2. Sectores creativos _23

6 Referencias _25

Anexo: fichas de análisis _27

Presentación: hacia un modelo propio

El estudio consiste en delimitar y definir el marco conceptual de las Industrias Culturales y Creativas (en adelante, ICC) para la CAE. Se trata de escoger de forma argumentada cuáles serán los sectores objeto de análisis, así como de proporcionar definiciones para acotar su alcance.

El debate tiene como trasfondo el carácter expansivo de la cultura entendida como sector y, por lo tanto, la dificultad de delimitarla. Paralelamente al desarrollo de este debate, y como consecuencia de él, se han ido sumando más actividades tanto en la contabilización del valor económico del sector cultural como en la información estadística cultural. Y si a la dificultad de establecer límites en el sector cultural se le añade la expansión hacia las Industrias Creativas, el reto se acrecienta.

La definición de las ICC puede ser más o menos inclusiva, no hay un consenso claro y es probable que nunca lo haya, ya que todo indica que los sectores y subsectores que forman parte de ellas irán ampliándose a medida que la realidad económica, social, cultural y tecnológica vaya transformándose. De hecho, el sector cultural ha vivido un proceso similar desde la institucionalización de las políticas culturales a mediados del siglo XX.

No obstante, aunque el debate continúa abierto, los organismos de referencia en el análisis están trazando las coordenadas que marcan el perímetro del sector ICC. Tanto la UNESCO como la European Statistical System Network on Culture (ESSnet-Culture) proponen modelos conceptuales que delimitan, definen y plantean las herramientas estadísticas armonizadas para el análisis del sector ICC.

Este informe contiene el diseño de un modelo conceptual de análisis del sector ICC en la CAE. A partir de las pautas y recomendaciones que plantea la ESSnet-Culture, por ser la principal referencia estadística en el marco europeo, el modelo asume la caracterización del núcleo duro del sector cultural tradicional y amplía el radio de acción hacia los sectores creativos. Se ha diseñado con la intención de que sea una herramienta práctica y viable. Lejos de proponer un modelo abstracto de definición global de lo que se consideran las ICC, se ha elaborado siguiendo un método inductivo, en el que se parte del análisis de lo concreto, proponiendo qué se mide y cómo se mide en cada uno de los sectores, hasta conformar un marco general para las ICC de la CAE. La intención que ha guiado su diseño es doble:

- Partir de los condicionantes y la realidad existente, basándose en los modelos de referencia para el análisis de las ICC y desde el conocimiento de las singularidades del sector en la CAE.
- Proponer un marco que permita la comparabilidad internacional a la par que sea representativo de las ICC de la CAE.

Así, su utilidad será, por una parte, analítica, para orientar la investigación sobre el sector ICC de acuerdo a los criterios de consistencia y comparabilidad exigibles desde la perspectiva estadística; por otra parte, servirá como marco para guiar las políticas públicas y la toma de decisiones en torno al tejido empresarial que componen las ICC en la CAE.

1 De las Industrias culturales a las Industrias creativas

El paso previo a la delimitación conceptual y posterior definición de las ICC en Euskadi se dirige a situar el punto de partida y a contextualizar la expansión que desde la aplicación del término “Industrias Culturales” se ha extendido al conjunto de las “Industrias Culturales y Creativas”.

Dedicamos este primer capítulo a situar el debate. Analizamos la evolución del concepto desde el surgimiento de las Industrias Culturales a la aceptación de la inclusión de las Industrias Creativas dando lugar al sector de las ICC. Así mismo, planteamos las implicaciones que ha generado la ampliación del campo de juego de las ICC, identificando los aspectos que generan debate.

1.1 El punto de partida: las Industrias Culturales

Quien primero detectó el efecto de la aplicación de la reproductibilidad industrial a la experiencia estética fue Walter Benjamin. Vislumbró la transformación que suponía en el modo de captar el objeto estético y la implicación que iba a tener su extensión a amplias capas de la población. Su teoría materialista sobre el arte, cuyos orígenes se remontan a los estudios sobre la fotografía, gravitó en torno a la idea de la pérdida del aura. De hecho, lo que analiza Benjamin es la transformación radical del propio concepto de arte. Redactadas en forma de “reflexiones provisionales”, la tesis de su célebre ensayo *La obra de arte en la época de la reproductibilidad técnica* (1935), es que la posibilidad ilimitada de la reproductibilidad de la imagen destruye el “aura”, que imposibilita la distinción entre original y copia y, además, reduce las distancias y desacraliza las obras al ponerlas al alcance de cualquiera.

Los teóricos de la Escuela de Frankfurt recogen el testigo de Benjamin y dan un paso adelante al definir por primera vez el término Industria Cultural como “actividad que bienes culturales de cualquier especie en el marco de proyectos de ganancia íntegra económica, favoreciendo su conservación y difusión” (1947). Como base de la Industria Cultural sitúan la tecnología y su capacidad de reproducción, e inciden en la idea de la búsqueda de rentabilidad económica. Por lo tanto, como sucede en otras actividades industriales, los productos que genera la Industria Cultural se entienden como mercancías. Esto choca con la función que hasta entonces había tenido el arte. La lógica económico-mercantil se introduce en la artística limitando su función, su potencia y su autonomía.

Se refieren a la Industria Cultural en singular porque señalan que la cultura impone una semejanza y cada actividad o ámbito (cine, radio, revistas) constituye un único sistema concebido como un todo armonizado bajo una misma lógica. Desde su posición, la estandarización y la homogeneización de los bienes culturales caracterizan esta cultura productiva masificada. Hay, pues, un control ideológico de los productos culturales. La Industria Cultural así concebida, mantiene también lazos con industrias de otros ámbitos, dando lugar a una maquinaria económica dominada por grandes empresas y monopolios.



La Escuela de Frankfurt puso el foco en la relación entre tecnología, cultura, poder y economía. Y el centro de sus análisis es la Industria Cultural desde la perspectiva del producto que genera, que no es otro que la cultura de masas.

Más adelante, será la economía de la cultura la disciplina que ponga el foco de atención en el análisis de las Industrias Culturales basada en el reconocimiento de que hay un hecho económico a explicar. Aceptando el carácter industrial y mercantil de estas industrias, se caracterizan por su contenido simbólico. Así, la economía se interesa por sus formas de producción, el análisis de la cadena de valor, los mercados y los consumidores. Se han realizado análisis desde distintos enfoques, teorías o escuelas.

Cabe citar a los precursores Baumol y Bowen con su análisis sobre las artes escénicas, hasta las investigaciones francesas sobre el análisis económico de sectores que forman parte de las Industrias culturales realizadas en las décadas de los 60 y 70. A partir de entonces se ha profundizado en el estudio de las Industrias Culturales. Destacan, entre muchas otras, las investigaciones del australiano David Throsby, Bustamante y Zallo en el Estado español, y las de García Canclini y Martín-Barbero en Latinoamérica.

Es interesante señalar que la UNESCO empieza a utilizar la expresión Industrias Culturales en los años 70 reconociendo el papel que tienen como marco de creación, expresión y acceso a la cultura. Y lo hace con el término en plural para reforzar las singularidades que tienen los distintos sectores culturales que las integran. A la UNESCO le preocupa la falta de regulación normativa existente al respecto y, en la Conferencia de París de 1978, decide crear un programa específico para investigar la función y la contribución de las Industrias Culturales en el desarrollo de las sociedades.

Los resultados de estos estudios se publican en 1982 bajo el título *Industrias Culturales: el futuro de la cultura en juego*. En el texto se indica que “existe una industria cultural cuando los bienes y los servicios culturales se producen, reproducen, conservan y difunden según criterios industriales y comerciales, es decir, en serie y aplicando una estrategia de tipo económico, en vez de perseguir una finalidad de desarrollo cultural”. Este primer enfoque se centra en la naturaleza industrial y de mercado, que prima sobre el aspecto cultural de estos sectores.

Será más adelante, en 2002, cuando revisa en estos términos “aquellas industrias que combinan creación, producción y comercialización de contenidos que tiene una naturaleza cultural, que típicamente están protegidos por derechos de propiedad intelectual y que pueden adoptar la forma de servicios y bienes tangibles e intangibles”. Así, lo abren a cualquier organización que se dedique a crear, producir y distribuir eventos, bienes, productos y servicios culturales; incorporan la propiedad intelectual; y extienden el término industria a los servicios y a bienes intangibles. Es un concepto ampliado.

Por último, siguiendo con la UNESCO, una de las definiciones de Industrias Culturales más utilizadas es la aprobada en 2005, que las identifica con aquellas actividades que “producen y distribuyen bienes o servicios que, en el momento en el que se están creando, se considera que tienen un atributo, uso o fin específico que incorpora o transmite expresiones culturales, con independencia del valor comercial que puedan tener. Además de los tradicionales sectores artísticos (artes escénicas y visuales, o patrimonio cultural, incluido el sector público), también abarcan el cine, el sector del DVD y el vídeo, la televisión y la radio, los juegos de vídeo, los nuevos medios de comunicación, la música, los libros y la prensa”.

Como se ve, han pasado 70 años desde los incipientes análisis de la Industria Cultural. Un concepto que ha ido evolucionando progresivamente de acuerdo al contexto socio económico, abriéndose de una perspectiva estrictamente técnica y mercantil hasta incluir elementos más propiamente culturales y extendiéndose hacia nuevos sectores. De hecho, este ensanchamiento ha conducido a que el concepto Industria Cultural sea sinónimo del sector privado comercial de la cultura y se utilice para referirse a las empresas privadas de cualquier sector, incluso de las artes.



1.2 La irrupción de las Industrias Creativas

El término Industrias Creativas es más reciente, su uso se remonta a las últimas dos décadas. Irrumpe con tal fuerza que se usa primero como sinónimo de las Industrias Culturales y, más tarde, prácticamente lo fagocita.

Conviene situar cómo y por qué surge. La globalización, la transformación de los modelos productivos y el entorno tecnológico han dado lugar a un nuevo contexto económico y social. En buena parte, la irrupción del entorno digital y la ruptura que supone en la cadena de valor y el ciclo de vida de los productos, ahora ya digitales, hace que la idea de la industria asociada al concepto de reproductibilidad haya quedado obsoleta y superada.

A estos factores se añaden la desmaterialización de muchas de las fuentes de crecimiento económico, como los derechos de propiedad intelectual, y la distribución de bienes simbólicos culturales. En este nuevo marco, los que habían sido motores de crecimiento clásicos como la producción fabril, están siendo progresivamente remplazadas por comunidades creativas cuya materia prima es la capacidad de crear e innovar.

Los antecedentes del término Industrias Creativas pueden situarse en el documento *Creative Nation* que elaboró el gobierno australiano en los 90. El componente que suma a la tradicional esfera cultural son las TIC, que quedan incorporadas a su política cultural. Recoge el testigo el nuevo laborismo del gobierno británico que, en esa misma década, inicia el camino hacia la mapificación de las industrias creativas. El primer mapa de las Industrias Creativas se publicó en 1998 por el Department for Culture, Media and Sport (DCMS), siendo el primer análisis exhaustivo de la contribución económica de las actividades creativas a la salud económica general del país. Abren así el discurso oficial sobre lo creativo desde la esfera política.

Desde ese momento, la cuestión se extiende en la Unión Europea y la OCDE, que encargan estudios sobre las industrias creativas y su contribución a la economía europea, como el elaborado por la consultora KEA en 2006.

Poco después, será la ONU quien en la Conferencia sobre el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD), se sume a esta corriente. Publica un informe sobre Economía Creativa, entendida como la suma de creatividad, cultura, economía y tecnología, “un concepto evolutivo basado sobre las ventajas creativas que generan un crecimiento económico y desarrollo, que crea empleo, exportaciones, mientras promueve la inclusión social, la diversidad cultural y el desarrollo humano”. El informe se realiza gracias a la colaboración de cinco grandes organizaciones internacionales (UNCTAD, UNDP, UNESCO, WIPO e ITC) y supone la admisión oficial de la economía creativa como un sector específico.

Por último, es importante señalar que el modelo británico y el de la UNCTAD se basan en la propiedad intelectual que, aunque estaba ya incluido en los conceptos de Industrias Culturales de Throsby y de la UNESCO, queda más explícitamente recogido al centrar el valor de la creatividad en su capacidad de explotar los derechos de propiedad intelectual.

Así, el modelo británico de la DCMS dice que industrias creativas son aquellas que requieren creatividad, habilidad y talento como componentes claves, que generan riqueza y son fuente de empleo, al explotar derechos de propiedad intelectual.; y la WIPO señala que serán industrias creativas aquellas en las que se cree, produzca, transmita y/o distribuya bienes y servicios que tengan derechos de autor.

En definitiva, la condición estratégica de las Industrias Creativas está ampliamente aceptada por ser uno de los sectores más dinámicos desde el punto de vista económico, porque promueve la innovación en el conjunto de la economía y, por tanto, la competitividad. Se impone la perspectiva económica, la que considera las industrias creativas como un recurso para el crecimiento, frente a los debates sobre la función y el sentido de los contenidos, que han quedado relegados a un segundo plano.

Claro ejemplo de este viraje a lo económico es que hasta hace no mucho los debates sobre qué es cultura estaban vinculados al ámbito de intervención pública en cultura, dando por hecho que cultura era aquello de lo que se ocupaban las políticas públicas culturales. Al amparo de esta extensión hacia otros sectores creativos los departamentos de promoción económica o de industria han comenzado a ocuparse de temas concernientes a las ICC. Es más, los propios debates sobre la conceptualización de las ICC surgen de estrategias y políticas públicas provenientes de áreas económicas o industriales. Son debates que a la cultura le han llegado desde fuera y que le obligan a reposicionarse.



1.3 Debates en torno a las ICC

Aunque el concepto de las ICC ha sido asumido progresivamente por parte de los organismos internacionales, no está exento de controversia. De hecho, las visiones encontradas que surgieron en los 80 y 90 continúan abiertas. Las críticas provienen porque relega el lugar de la cultura en la economía y las políticas públicas, y se basa en la liberalización del mercado y la defensa de los derechos de propiedad intelectual.

La principal dificultad –y crítica- a la adopción del modelo de las ICC es que la cultura, en ese estiramiento hacia otros sectores gana músculo en términos económicos, pero pierde sustancia y queda desdibujada. De su inherente capacidad de transversalidad hacia otros sectores se derivan estrategias que la utilizan como un recurso, un elemento puramente instrumental para conseguir objetivos no culturales (turismo, economía, ecología, educación, etc.). Es la disculpa “para”. Algunas voces señalan que, en esta expansión, estos ámbitos aledaños se benefician del prestigio que rodea a la cultura. Pero, además, adjudicarle un papel de secundaria, por muy de lujo que sea, significa asumir que la cultura queda relegada en las políticas públicas. Este es el argumento que está en la base de la resistencia a ampliar el marco de juego de acuerdo a criterios estrictamente económicos (crecimiento, empleo).

No obstante, desde una visión estricta de la cultura, tampoco cabe situarse en una posición inamovible, de espaldas a la realidad, convertidos en guardianes de las esencias de un ámbito que ya no es lo que fue. No es posible vivir sin tener en cuenta los cambios en el contexto que han generado una ruptura en la cadena de valor, en la propia estructura sectorial clásica y en los usos y prácticas culturales. Todo es ya más híbrido, más difuso y más difícil de acotar. Por eso hacen falta nuevos modelos y herramientas que den cuenta de estos cambios.

Uno de los problemas de la inclusión de lo creativo como objeto de estudio es su vaguedad, su imprecisión y falta de consistencia. Lo dice expresamente el informe del grupo de trabajo ESSnet-Culture, “el concepto de industrias creativas es un concepto muy vago que no está claramente definido en los diversos documentos que se refieren a él, y abarca diferentes sectores en las estrategias académicas o nacionales”.

En primer lugar, insisten en que no es lo mismo la creación artística, una de las funciones de la cadena de valor cultural, con el concepto de creatividad. La creación cultural siempre supone creatividad, pero no toda la creatividad es creación. Esta es la razón por la que el modelo estadístico de la ESSnet-Culture sitúa a la creación en el núcleo o corazón del conjunto de actividades (dominios y funciones) que contempla.

En segundo lugar, los ámbitos de las ICC no coinciden entre los distintos modelos. Por citar dos ejemplos contrapuestos, los modelos que se decantan por el lado más creativo, como el de la DCMS, pueden dejar fuera el patrimonio, como sucedió en su formulación inicial, aunque más tarde se corrigiese. Por el contrario, los modelos más culturales abren sus puertas a menos sectores creativos, dejando fuera al software y los servicios informáticos.

Así pues, es necesario proponer, delimitar y definir un modelo propio de ICC que ayude a acotar los debates y sirva de referencia metodológica para orientar los análisis futuros y las estrategias de apoyo a estas industrias.

2_ Marcos de referencia para delimitar las ICC

A pesar de que la condición estratégica de las ICC está ampliamente aceptada por ser uno de los sectores más dinámicos desde la perspectiva económica, continúa abierto el debate sobre la definición y delimitación del marco conceptual para su estudio y análisis.

No entramos a analizar los informes que tanto la ONU como la Comisión Europea han elaborado en los últimos años para subrayar su importancia estratégica, sino que centraremos la atención en los modelos conceptuales que han ido configurando un ámbito dinámico y en permanente construcción, que se caracteriza por tener límites intersectoriales difusos.

2.1 Modelos conceptuales

2.1.1. Modelo británico (DCMS)

El Reino Unido ha sido uno de los países pioneros en la utilización del concepto de industrias creativas, dándole un peso específico, tanto desde el punto de vista del apoyo público como de su análisis. En la década de los 90, las instituciones públicas británicas iniciaron el camino hacia la mapificación de las industrias creativas. El primer mapa de las Industrias Creativas se publicó en 1998 siendo el primer análisis exhaustivo de la contribución económica de las actividades creativas a la salud económica general del país. Además de la mapificación de las industrias creativas, el Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deporte del Reino Unido lleva a cabo una estadística regular (*Creative Industries Economic Estimates*) que analiza el Valor Añadido Bruto (VAB), el empleo y el número de empresas que forman las industrias creativas. El análisis se centra principalmente en las industrias.

La apuesta británica por las Industrias Creativas da lugar a un modelo de ICC que se ha ido modificando desde su formulación inicial en 1998, como se advierte en la tabla 1. Sin entrar a valorar el debate que suscitó en otros países, y ciñéndonos a la cuestión de los sectores que incluyen, cabe destacar dos cuestiones:

- La inclusión del software y los servicios informáticos, tanto en su versión inicial como en la más actualizada.
- La inclusión de Museos, Galerías y Bibliotecas en su versión 2016. La exclusión del patrimonio cultural fue una de las críticas que se hicieron al modelo inicial.



Tabla 1. Sectores ICC incluidos por la DCMS 1998-2016

1998	2016
1. Publicidad	1. Publicidad y marketing
2. Arquitectura	2. Arquitectura
3. Arte y antigüedades	3. Artesanías
4. Artesanías	4. Diseño: Producto, Gráfico y Diseño de Moda
5. Diseño	5. Cine, TV, video, radio y fotografía
6. Moda	6. IT, software y servicios informáticos
7. Cine y Video	7. Edición/Publicaciones
8. Software de entretenimiento	8. Museos, Galerías y Bibliotecas
9. Música	9. Música, artes escénicas y visuales
10. Artes escénicas	
11. Edición/Publicaciones	
12. Software y servicios informáticos	
13. Radio y televisión	

2.1.2. ONU/UNCTAD

La **UNCTAD**, plantea una clasificación de ICC que incluye los siguientes sectores:

Patrimonio cultural: Está relacionado como el origen de todas las formas de arte y el alma de la cultura y las industrias creativas. El patrimonio cultural es el punto de partida de la presente clasificación, puesto que trae consigo los aspectos culturales históricos, antropológicos, étnicos, estéticos, sociales e influencia la creatividad, además es el origen de un número de bienes y servicios patrimoniales, así como también de actividades culturales, de igual manera este grupo se divide en 2 subgrupos:

- _ Expresiones culturales tradicionales: artesanías, festivales y celebraciones
- _ Sitios culturales: museos, bibliotecas, exhibiciones, etc.

Artes: Este grupo incluye industrias creativas basadas netamente en arte y cultura, inspiradas por el patrimonio, valores de identidad y significados simbólicos. A su vez, este grupo se divide en 2 grandes subgrupos.

- _ Artes visuales: Pinturas, esculturas, fotografía y antigüedades
- _ Artes escénicas: música en vivo, teatro, baile, opera, circo, show de marionetas, etc.

Medios de comunicación: Este grupo cubre 2 grandes subgrupos de medios de comunicación que producen contenidos creativos con el propósito de comunicar a grandes audiencias (los nuevos medios están separados)

- _ Editoriales y medios impresos: libros, prensa y otras publicaciones
- _ Medios Audiovisuales: películas, televisión, radio y otros tipos de difusión

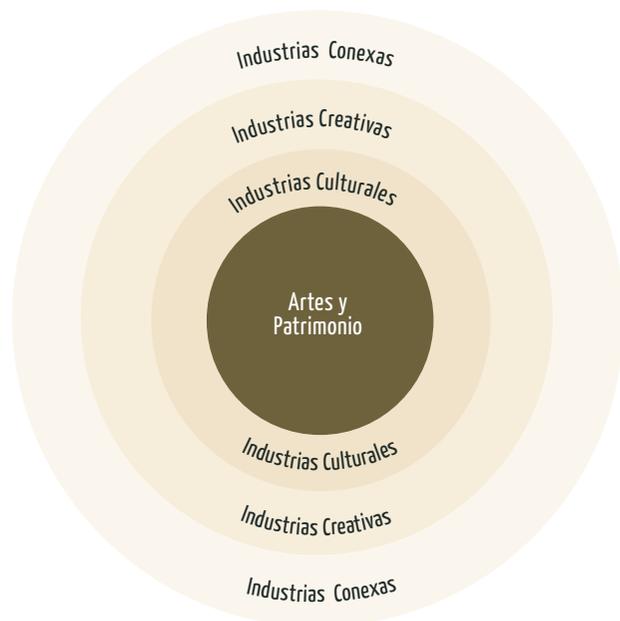
Creaciones funcionales: Este grupo está orientado a la demanda y a bienes y servicios con propósitos funcionales.

- _ Diseño: de interior, de moda, de joyas, gráfico y juguetes
- _ Nuevos Medios
- _ Servicios creativos: arquitectura, publicidad, servicios culturales y recreacionales investigación y desarrollo creativo (I&D), digitalización y otros servicios creativos relacionados.

2.1.3. KEA

Con el estudio realizado por la consultora **KEA. European Affairs**, *The Impact of culture on creativity* en 2006 por encargo de la Comisión Europea, se desarrolla la idea del peso estratégico del concepto “culture-based creativity” basado en la afirmación que la cultura creativa promueve la innovación en el conjunto de la economía y, por tanto, la competitividad. El modelo de círculos concéntricos que propuso la consultora KEA ha sido adoptado en Europa y describe un macro sector que incluye los siguientes ámbitos: el núcleo de las artes y el patrimonio; las industrias culturales del libro, música, cine y vídeo, radio-televisión, videojuegos y prensa; las industrias creativas en las que se sitúan el diseño, la arquitectura y la publicidad, y otros sectores o industrias conexas en las que las industrias culturales generan valor.

Figura 1: Delimitación de los sectores culturales y creativos



Fuente: KEA-European Affairs

2.2 Modelos estadísticos

2.2.1. UNESCO

La versión 2009 del **Marco de Estadísticas Culturales de la UNESCO** (MEC) incorpora una serie de conceptos que han emergido en el campo de la cultura desde el Marco inicial de 1986, entre los que se incluyen las nuevas tecnologías, el patrimonio inmaterial y las prácticas y políticas culturales en continua evolución. La lógica que articula el nuevo MEC se basa en dos aspectos principales:

Concepto de “Dominio Cultural”: Desde la óptica del Marco, un dominio incluye todas las actividades conexas, sean éstas de naturaleza económica o social.

Debate creativo-cultural: Las industrias creativas suelen cubrir un rango más amplio de dominios que los tradicionales dominios artísticos e incluyen, por ejemplo, todas las industrias TIC o de investigación y desarrollo. El Marco aborda esta problemática mediante la incorporación de dos dominios: Medios audiovisuales e interactivos y Diseño y servicios creativos.

Tabla 2. Sectores ICC incluidos por el MEC 1986-2009

MEC 1986	MEC 2009
<p>Diez categorías culturales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Patrimonio cultural 2. Materiales impresos y literatura 3. Música 4. Artes escénicas 5. Artes plásticas y visuales 6. Cine 7. Radio y televisión 8. Actividades socioculturales 9. Juegos y deportes 10. Naturaleza y medio ambiente 	<p>Siete dominios culturales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Patrimonio cultural y natural 2. Presentaciones artísticas y celebraciones 3. Artes visuales y artesanías 4. Libros y prensa 5. Medios audiovisuales e interactivos 6. Diseño y servicios creativos 7. Patrimonio cultural inmaterial (dominio transversal)
<p>Cinco funciones culturales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Creación / producción 2. Difusión / comunicación / distribución / transmisión 3. Consumo / recepción 4. Preservación / conservación / registro / protección 5. Participación 	<p>Tres dominios transversales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Educación y capacitación 2. Archivística y preservación 3. Equipamiento y materiales de apoyo
	<p>Dos dominios relacionados:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Turismo: actividades de turismo cultural, turismo espiritual y turismo ecológico 2. Deportes y recreación
	<p>Cinco etapas del ciclo cultural:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Creación 2. Producción 3. Difusión 4. Exhibición / recepción / Transmisión 5. Consumo / participación



2.2.2. Unión Europea

Desde la perspectiva estrictamente estadística, la Unión Europea ha demostrado a lo largo de los años su voluntad de establecer las bases para un modelo estadístico cultural europeo que permita conocer la realidad para dar apoyo a los estados en la definición de políticas de promoción del sector cultural. En este sentido, en 1997 se creó un grupo de trabajo, conocido como LEGCulture (*Leadership Group sur les statistiques culturelles*), sobre las estadísticas culturales.

La fase más reciente en relación a la definición del modelo estadístico europeo ha sido la creación en 2009 del grupo de trabajo *European Statistical System Network on Culture* (ESSnet-Culture), coordinado por el Ministerio de Cultura luxemburgués. Los principales objetivos de la red SEE-Cultura fueron:

- Reiniciar la cooperación estadística entre los Estados europeos y revisar el marco europeo de estadísticas culturales creado por LEG-culture.
- Mejorar la base metodológica existente para desarrollar una nueva cultura de las estadísticas europeas.
- Definir indicadores y variables que permitan describir y estudiar el sector cultural en toda su complejidad.
- Proporcionar una experiencia nacional para permitir un análisis más avanzado de los datos.

La ESSnet-Culture se organizó a partir de 4 grupos de trabajo (*tasks force*), uno de ellos dedicado específicamente al diseño del Marco y las definiciones.

Sin embargo, más allá de los esfuerzos realizados por las distintas instituciones, sigue siendo difícil armonizar los datos sobre los sectores creativos a nivel europeo ya que la mayoría de datos que se pueden utilizar son los producidos por los propios estados miembros y, por lo tanto, son muy difíciles de comparar.

En relación al tratamiento de las ICC en sus modelos estadísticos, cabe tener en cuenta que en el modelo de la LEG-culture estaba incluida la Arquitectura; el de la ESSnet incorpora la Artesanía y la Publicidad como novedades, además de la función de gestión y regulación.

En el nuevo modelo de ESS-net, insisten en dos temas importantes:

- No hay prioridades entre dominios: ninguno es más importante que otro.
- En el centro del modelo de círculos concéntricos está la creación artística.

Tabla 3. Sectores ICC incluidos en los Marcos estadísticos de la Unión Europea 2000-2011

LEG-CULTURE 1997-2000	ESSnet-CULTURE 2009-2011
<p>Ocho ámbitos de referencia:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Patrimonio cultural 2. Archivos 3. Bibliotecas 4. Libro y prensa 5. Artes plásticas 6. Arquitectura 7. Artes escénicas 8. Audio y audiovisual / multimedia 	<p>Diez dominios culturales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Patrimonio 2. Archivos 3. Bibliotecas 4. Libro y prensa 5. Artes escénicas 6. Artes visuales 7. Arquitectura 8. Audiovisual y multimedia 9. Publicidad 10. Artesanía
<p>Seis funciones culturales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Conservación 2. Creación 3. Producción 4. Difusión 5. Comercio 6. Capacitación 	<p>Seis funciones culturales:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Creación 2. Producción y edición 3. Difusión y comercio 4. Preservación 5. Educación 6. Gestión / regulación
	<p>Cinco dimensiones:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Economía 2. Empleo 3. Consumo 4. Financiación 5. Prácticas y participación social



Por último, cabe señalar las **exclusiones** del modelo:

- La fabricación no es una actividad cultural en sí misma sino una actividad industrial auxiliar a la cultura. La decisión de excluir la actividad de fabricación de productos auxiliares se debe a la imposibilidad de medirlas desde un punto de vista cultural. ¿Cuál es la relevancia cultural de estos productos?
- Las actividades de impresión también se cuestionan: son actividades industriales para la producción primaria de bienes culturales, pero no son actividades culturales de propio derecho. Por otra parte, no es posible estimar estadísticamente la parte cultural en estas actividades. Las actividades de reproducción no son actividades culturales en sí y solo la producción de material original se considera actividad cultural.
- Software general del sistema o aplicaciones de software: La industria del software y la economía del sector tiene una gran importancia económica, pero no puede tratarse como un sector cultural.
- Se excluyen las actividades de información (telecomunicaciones) por las mismas razones.
- Las actividades de ocio (juegos, actividades de entretenimiento, juegos de apuestas, etc.) no son culturales.
- Turismo cultural: no hay una definición clara, no es una actividad identificable, sino una agrupación de varias experiencias culturales que los visitantes pueden tener.
- Las reservas naturales, zoológicos o jardines botánicos tampoco se consideran como dominios culturales. La naturaleza es un sector en sí mismo y la preservación de la fauna y la flora está lejos de la creación cultural.

— La fabricación de productos ornamentales (cerámica, joyas, etc.) no está incluida en las industrias culturales porque sólo las artesanías originales son culturales.



3 Retos y herramientas para la medición

Antes de pasar a definir el modelo conceptual y las definiciones del sector ICC para la CAE, es preciso tener en cuenta las características y singularidades que presenta el sector cultural y creativo porque condicionan el tipo de aproximación a realizar para su análisis. Así, los rasgos de los marcos donde intervienen las ICC están condicionados por dos cuestiones que son inherentes al sector:

— La búsqueda o no de lucro económico. Nos encontramos con un contexto en el que conviven actividades culturales cuya viabilidad en el libre mercado es difícil, a las que no cabe aplicar métodos industriales de producción (fundamentalmente, el patrimonio y las artes) y que requieren financiación y apoyo complementario, con otras que se desarrollan en el mercado, que esperan obtener una rentabilidad económica y tienen ánimo de lucro (las industrias culturales y creativas propiamente dichas).

— La delimitación entre lo público y lo privado. El sector cultural se caracteriza por una fuerte intervención de las políticas públicas, cuyos objetivos han ido ampliándose a lo largo del tiempo y ensanchando su marco de apoyo. En todo caso, esa intervención pública no es simétrica entre sectores y tiene relación con la escasa viabilidad económica de las actividades culturales sobre cuyo valor existe un reconocimiento colectivo. Por otra parte, el denominado tercer sector o sector privado sin ánimo de lucro, tiene también gran tradición y arraigo en el sector cultural. Muchas iniciativas culturales están promovidas por el tercer sector. Finalmente, las empresas privadas con ánimo de lucro son también claves en el desarrollo de la actividad de los sectores culturales, claramente en las industrias tanto culturales como creativas. Las confluencias y límites entre estos tres tipos de agentes no siempre son claros y dependen, como se ha señalado, de las dinámicas sectoriales o de las tradiciones de cada contexto: más peso de lo público en la tradición continental europea, y más peso de lo privado, con o sin ánimo de lucro, en la anglosajona.

Los modelos de análisis de las ICC se basan en la actividad económica del sector, entendida como el proceso de intercambio de productos, bienes o servicios para cubrir necesidades, que genera riqueza en una comunidad. Las actividades culturales y creativas son aquellas basadas en valores simbólicos y/o expresiones artísticas. Incluyen actividades orientadas al mercado o no dirigidas al mercado, con o sin ánimo de lucro, y realizadas por cualquier tipo de agentes productores y estructuras (individuos, administración, organizaciones, empresas, grupos, aficionados o profesionales). Aunque existen muchas excepciones y los límites son confusos, en el modelo de círculos concéntricos que sitúa al Patrimonio y el Arte en el centro, y se expande hacia las Industrias culturales, las creativas y las auxiliares, se podría concluir que la intervención pública va de más (en el centro) a menos y la privada de menos a más (en los círculos exteriores).



A partir del marco conceptual general que suponen las actividades culturales y creativas, en un determinado sector y de acuerdo a su función en la cadena de valor, se describen teóricamente y se relacionan con las actividades estadísticas, principalmente económicas (CNAE). Así, el sector ICC es el resultado de un conjunto de actividades económicas culturales y creativas.

Dicho esto, cabe aclarar que no siempre es fácil distinguir en las fuentes estadísticas europeas entre los sectores con y sin ánimo de lucro, aunque en las cuentas nacionales se diferencia entre sectores comerciales (los que venden sus productos a precios económicamente significativos) y no comerciales (sus precios son económicamente insignificantes). Además, el Sistema Europeo de Cuentas (SEC95) establece normas adicionales para la distinción entre productores de mercado y no de mercado, de acuerdo al criterio de que las ventas cubran más del 50% de los costes de producción.

Tampoco es posible distinguir el empleo de los sectores público y privado en la EU-LFS, la principal fuente estadística sobre el mercado y la fuerza de trabajo. Puede suceder también que la misma unidad (un museo, un teatro, un festival) sean de titularidad pública, pero obtengan beneficios por sus ingresos privados. Hablamos de un sector, el cultural, en el que no es fácil establecer límites precisos. En todo caso, la distinción entre actividades mercantiles y no mercantiles es útil puesto que se utiliza en los registros de empresas y sistemas de cuentas.

Respecto al sector no comercial o sin ánimo de lucro, tal como se indica en el informe de la ESSnet-Culture, comprende realidades muy diferentes en la UE-27, tanto en términos legales, en su relación con la administración, como en el tipo de actividades que desarrolla. Las diferencias se advierten incluso desde el punto de vista terminológico: economía social, tercer sector, sector sin ánimo de lucro, etc. Las actividades que llevan a cabo se orientan a cubrir las necesidades de sus miembros o a un interés público amplio, que priman sobre la obtención y distribución de beneficios. Suministran bienes o servicios gratuitos o a precios que no son económicamente significativos. Pueden ser unidades institucionales públicas o estructuras privadas con formas legales tales como entidades sin ánimo de lucro, fundaciones, asociaciones, cooperativas, etc. Se caracterizan porque no pueden ser una fuente de ingresos, beneficios u otras ganancias financieras ni para sí mismos ni para las entidades que las crean, controlan o financian. O bien sus ventas no llegan al 50% de sus ingresos y deben recurrir a fondos o subvenciones que cubran con sus costes de producción.

Se da también el caso de que el ámbito de las actividades de voluntariado y amateur puede incluirse en la producción de bienes y servicios culturales no mercantiles; por ejemplo, la colaboración de personas voluntarias en la organización de un festival. Otro ejemplo está relacionado con las nuevas tecnologías: cuando difundimos contenidos culturales a través de las redes sociales estamos actuando como productores económicos. Cabe precisar que los servicios no mercantiles que prestan las instituciones privadas sin fines de lucro, especialmente importantes en actividades recreativas y culturales y que, de hecho, cuentan con un código NACE-CPA propio (949916 Servicios prestados por asociaciones culturales y recreativas).

Sin embargo, como señala la ESSnet-Culture, la recopilación de datos de servicios culturales no comerciales no está armonizada a nivel europeo e incluso a nivel nacional presenta carencias, a diferencia de las actividades orientadas al mercado.



Vistas las singularidades y problemáticas que presenta el sector cultural para su medición, el objetivo de un modelo conceptual de análisis debe ser recopilar datos fiables y comparables. Así, la información debe ser lo más objetiva posible, por lo tanto, la vía más factible para conseguir esos objetivos es relacionar las actividades culturales con las clasificaciones estadísticas existentes: la Clasificación Estadística de Actividades Económicas (NACE-CNAE), la clasificación estándar utilizada en las encuestas armonizadas de la UE. Esta es también la vía seguida por la UNESCO.

NACE-CNAE es la herramienta para organizar y estandarizar la información, una herramienta común que se utiliza en ámbitos no estadísticos como la regulación social y fiscal, sistemas tarifarios, acuerdos comerciales, etc. La unidad estadística económica inherente de la NACE (unidades empresariales e institucionales) no obstaculiza la observación social ni del consumo de bienes y servicios culturales y creativos de los individuos, ni de las prácticas culturales. Además, adoptar el enfoque NACE no significa que el análisis se oriente exclusivamente desde el punto de vista de la forma jurídica: el trabajo amateur, las entidades sin ánimo de lucro y el ámbito institucional están vinculados a las metodologías de encuestas (muestreo, selección de variables) y no a actividades estadísticas.

Por último, señalar también que existen otras clasificaciones útiles para seleccionar actividades culturales: la Clasificación estadística de los Productos por Actividad (CPA), directamente conectada a la NACE; y la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones (CIUO) utilizada para analizar el empleo.

4 Un modelo de ICC para la CAE

4.1 Tres criterios y una premisa

El diseño del modelo de ICC para la CAE tiene en cuenta los siguientes criterios:

Comparabilidad. Es una de las principales dificultades de los modelos existentes, como señalan repetidamente los organismos dedicados al análisis de información (ESSnet-Culture) y los distintos estudios elaborados hasta el momento. Si en el ámbito estricto de la cultura hay dificultades para armonizar datos entre los distintos países, al añadir las Industrias Creativas el problema se recrudece. Es preciso definir un mínimo común, al que pueden añadirse otros ámbitos. En este sentido, los modelos de círculos concéntricos permiten identificar esos ámbitos nucleares de los de carácter más auxiliar. En el caso de la CAE, el marco europeo dicta pautas y criterios a los que, necesariamente, habrá que ajustarse.

Consistencia. Los modelos responden a objetivos y criterios distintos que condicionan dónde se pone el énfasis. En el caso de las ICC, la balanza se escora hacia la inclusión de ámbitos (contenidos digitales) o funciones (fabricación) que refuerzan los argumentos sobre su contribución al desarrollo económico y al empleo. Esto puede generar planteamientos cuya consistencia sea discutible. Es necesario clarificar qué sectores o dominios se incluyen y cuál es su alcance. Así mismo, se requiere llevar a cabo un análisis de la viabilidad práctica que permite la aplicación de las clasificaciones actuales de actividades (CNAE) y ocupaciones (CNO).

Adaptabilidad. El diseño de un modelo de ICC para la CAE debe tener en cuenta también las singularidades propias. Un ejemplo claro es la existencia de dos lenguas cooficiales, por lo que la inclusión de las industrias de la lengua resulta obligada. Otra de las inclusiones a considerar es la gastronomía, rasgo distintivo del país, aunque la viabilidad de su inclusión por vías estrictamente estadísticas puede entrañar mayor complejidad. Esto da pie a considerar la inclusión de metodologías alternativas para el estudio de ámbitos insuficientemente tratados en las clasificaciones oficiales (CNAE).

Pero además de establecer criterios que guíen el diseño, el modelo parte de una premisa fundamental: incluye todos aquellos ámbitos y sectores que tradicionalmente forman parte de la cultura (patrimonio, artes e industrias culturales). Se mantienen todos ellos, aunque será necesario reflexionar y argumentar cómo se engarzan, cuáles son sus límites internos y, en definitiva, qué actividades se incluyen en cada uno de ellos.

Así pues, la discusión se orienta sobre los sectores a añadir. Partimos de un núcleo cultural que se expande hacia las industrias creativas, por lo tanto, el debate se centra en los límites de esta expansión.



4.2 Definición del sector ICC

El objetivo de este estudio es proponer un modelo conceptual para el análisis de las ICC. A tal efecto, el primer paso consiste en la definición de su objeto de estudio. Y en este sentido, vemos que las definiciones de las entidades que han tratado el tema, presentan variantes:

DCMS: “aquellas industrias que tienen su origen en la creatividad, habilidad y talento individuales y que tienen el potencial de crear riqueza y empleo mediante la generación y explotación de la propiedad intelectual”.

ONU/UNCTAD “Las “industrias creativas” pueden definirse como los ciclos de creación, producción y distribución de bienes y servicios que utilizan creatividad y capital intelectual como insumos primarios. Comprenden un conjunto de actividades basadas en el conocimiento y que producen bienes y servicios intelectuales o artísticos tangibles y de contenido creativo, valor económico y objetivos de mercado”.

UNIÓN EUROPEA: “aquellas que utilizan la cultura como material y tienen una dimensión cultural, aunque su producción sea principalmente funcional. Entre ellas se incluyen la arquitectura y el diseño, que integran elementos creativos en procesos más amplios, así como subsectores tales como el diseño gráfico, el diseño de moda o la publicidad”.

La opción de la Unión Europea es la que más se aproxima al modelo que proponemos. En su simplicidad, pone el acento en lo cultural, a diferencia de las otras cuyo concepto base es la creatividad.

Optar por la base cultural supone partir de un concepto asentado. Aunque en permanente revisión y cuestionamiento desde el punto de vista de las definiciones y sus perímetros, existe un alto grado de consenso en cuanto al concepto de cultura. Así, cabe afirmar que cultura es todo aquello de lo que se ocupan las políticas culturales. Es quizá una definición poco ambiciosa conceptualmente pero muy clarificadora. Seguir la lógica diacrónica en cuanto a la expansión del concepto supone también basarse en la idea de cultura como eje a partir del cual se desarrolla

el resto. Así, la expansión es desde lo cultural hacia otros sectores donde lo cultural sigue estando presente, aunque sea de una manera funcional. Es lo cultural lo que caracteriza a las ICC.

Respecto a la elección del concepto de creatividad como base de la definición del sector, entendida como la capacidad para crear o inventar es demasiado genérico e incluiría toda la innovación. Cualquier actividad tiene un componente creativo y podría ser aplicable a la mayoría de sectores.

Las ICC comparten tres rasgos principales que las caracterizan:

— su vínculo al concepto de expresiones culturales. Todos los sectores culturales generan expresiones culturales, desde el patrimonio, las artes y las industrias culturales. Pero también las Industrias creativas dan lugar a expresiones culturales como la arquitectura, el diseño, la lengua, la gastronomía, la publicidad, la artesanía, etc.

— basan su creación y comunicación en lo simbólico. El valor de uso de lo cultural y creativo es intrínseco o simbólico, atribuido por el usuario (subjetivo) y esto lo caracteriza y lo distingue de otros bienes, cuyo valor es técnico (objetivo).

— están relacionados con los derechos de propiedad intelectual (principalmente a los derechos de autor). La mayoría de contenidos culturales están sujetos a derechos de autor y eso los caracteriza. No obstante, no todo lo que está protegido es cultural, y no todo lo cultural (bienes y servicios) está necesariamente protegido.





4.3 Orientaciones y alcance del modelo: sectores

En este apartado se propone la estructura de sectores de las ICC que conforman el modelo de ICC para la CAE, así como el alcance de las actividades a incluir en cada uno de ellos. Pero antes de describir la estructura, han de tenerse en cuenta tres orientaciones generales que explican tanto las inclusiones como las exclusiones del modelo.

En relación a la cadena de valor: en las Industrias Culturales se considera el conjunto de las funciones de la **cadena de valor**: Creación; Producción-edición; Distribución, Comercio y difusión; Preservación; Educación; Gestión y regulación. Sin embargo, cuando se trata de las Industrias Creativas únicamente se contempla la creación, la actividad creativa que genera valor añadido. Así, la arquitectura contempla los servicios de arquitectura, no la construcción; la moda incluye las actividades de diseño y patronaje, no el conjunto de la fabricación ni el comercio.

En relación a la aplicación de **criterios subjetivos**: aunque la subjetividad sea inevitable al perimetrar las Industrias Culturales desde el punto de vista de la aplicación de políticas culturales, desde el punto de vista estadístico no se aplican juicios de valor en la consideración de las actividades a incluir. Basándonos en la convención que establecen los organismos estadísticos dedicados al estudio de la cultura, se incluyen las actividades que establecen las actividades económicas que las describen, pero sin aplicar criterios subjetivos. Por ejemplo, la edición se incluye en su totalidad, sin tener en cuenta el tipo de contenido. Por el contrario, a las Industrias Creativas se les aplicarán juicios de valor. Así, en la gastronomía solo se incluye la “alta” gastronomía creativa, no toda la actividad de restaurantes y puestos de comida. Hay que tener en cuenta que esta selección subjetiva puede suponer dificultades prácticas de uso de herramientas estadísticas (CNAE, CPA, CNO) y cabe colegir que se requieran aproximaciones cualitativas.

En relación a las **actividades y servicios auxiliares**: Son aquellas actividades conexas que, siendo necesarias para llevar a cabo actividades culturales y creativas, no son propiamente culturales ni

creativas. Se consideran aparte las actividades auxiliares tanto productivas como de servicios relacionados con las ICC. Este tratamiento permitirá agregarlas o desagregarlas sin alterar el contenido del “núcleo duro” de los sectores ICC. Lo mismo cabe aplicar a la educación cultural.

El planteamiento general de sectores es el siguiente:

a) Sectores culturales:

- Patrimonio, archivos y bibliotecas: incluye el patrimonio material e inmaterial, museos, archivos y bibliotecas.
- Artes visuales
- Música
- Libro y prensa
- Artes escénicas
- Audiovisual y multimedia (cine, televisión, radio)
- Artesanía

En los sectores culturales se incluye toda la cadena de valor y no se contemplan restricciones en función de su contenido.

Los contenidos digitales están incluidos en cada uno de los sectores.

La artesanía tiene un tratamiento especial: la vía de análisis estadística mediante las actividades económicas no facilita identificar la fabricación únicamente artesanal. Es el único de los sectores culturales cuyo análisis requiere aproximaciones distintas a su actividad económica: a través de los registros administrativos o las ocupaciones.

b) sectores creativos:

- Industrias creativas: arquitectura, publicidad, videojuegos, diseño
- Industrias creativas singulares CAE: industrias de la lengua, moda, gastronomía.

Se propone excluir el sector de contenidos digitales (software y aplicaciones) porque a pesar de ser un sector de indudable interés económico, no puede tratarse como un sector propio ICC. De hecho, las actividades de los contenidos digitales vinculadas a lo cultural se incluyen en cada uno de los sectores: desde el patrimonio hasta el audiovisual o la música, entre otros. De hecho, la irrupción digital en el sector cultural y creativo ha supuesto la práctica desmaterialización en determinados sectores.

5_ Definiciones y descripción de actividades

La información que se presenta en este apartado se completa con el detalle de las fichas de análisis incluidas en el anexo. Se presenta una breve explicación de las herramientas utilizadas y, a continuación, se definen los sectores incluidos en la propuesta de sectores ICC de la CAE.

5.1_ Esquema de análisis

Para poder comprender el alcance de cada uno de los sectores tanto desde el punto de vista de las funciones de la cadena de valor, como desde las actividades que incluye, haremos un análisis detallado de cada uno de ellos siguiendo la estructura que plantea la ESSnet-Culture por dos razones: comparabilidad y armonización de las herramientas estadísticas aplicables.

La descripción de los sectores se realiza mediante las herramientas estadísticas de clasificación:

- CNAE 2009-NACE Rev.2: para identificar las actividades nos serviremos de la Clasificación de Actividades Económicas a 4 dígitos. Es el nivel de detalle exigible para producir datos relevantes sobre actividades culturales y creativas.

- CPA-2008: Clasificación de Productos que constituye la versión europea de la Clasificación Central de Productos (CPC) elaborada y recomendada por la ONU. La CPA es legalmente vinculante en la Comunidad Europea. Sigue el criterio del origen de producción de los productos, es decir, los

productos se agrupan de acuerdo a la actividad económica de la que proceden. De esta forma, la estructura de la CPA-2008 se ajusta a la de la clasificación europea de actividades económicas NACE Rev.2

- CNO 2011: la Clasificación Nacional de Ocupaciones, que sigue las pautas de la Clasificación Internacional Uniforme de Ocupaciones CIUO-08.

5.2 Definiciones de los sectores ICC

5.2.1. Sectores culturales

Patrimonio, museos, archivos y bibliotecas:

El patrimonio, entendido en sentido amplio, es el legado que hemos recibido del pasado, lo que vivimos en el presente y lo que transmitimos a las futuras generaciones. A partir del concepto de bien cultural y la idea del legado a transmitir, es un macrosector que abarca una realidad amplia de la que forman parte los inmuebles y objetos muebles de interés artístico e histórico, paleontológico, arqueológico, etnográfico y antropológico, científico o técnico, lingüístico, industrial y el patrimonio documental y bibliográfico. Se manifiesta a través de formas tangibles como objetos, construcciones o manifestaciones materiales del paisaje, así como de expresiones intangibles de la creatividad humana.

Incluye, además de los bienes con un valor artístico y cultural, los servicios de museos, archivos y bibliotecas. Es un sector con una fuerte intervención pública y, además, el único definido y regulado por leyes específicas.

Actividades sector (CNAE09)	Servicios conexos
9102 Actividades de Museos	7219 Otros servicios de investigación y desarrollo experimental en ciencias naturales y técnicas
9103 Gestión de lugares y edificios históricos	
9105 Actividades de bibliotecas (NACE 9101)	
9106 Actividades de archivos (NACE 9101)	
4779 Comercio al por menor de artículos de segunda mano en establecimiento autorizados	7220 Servicios de investigación y desarrollo experimental en otras ciencias sociales

Artes visuales

Las artes visuales incluyen a las artes plásticas vinculadas a la pintura, la escultura, el grabado y a otras actividades artísticas propias de las Bellas Artes, así como la fotografía, el arte digital, u otras expresiones artísticas como la *performance*, las videoinstalaciones, etc. Así, a la actividad artística tradicional relacionada con el trabajo creativo manual se le añaden nuevas disciplinas basadas en la imagen y la interactividad.

Además de los creadores, incluye actividades y agentes dedicados a la producción, la exhibición, la difusión, y la comercialización.

Actividades sector (CNAE09)
9003 Creación artística
7420 Actividades fotográficas
8552 Servicios de educación cultural
4778 Comercio al por menor de artículos nuevos en establecimiento autorizados

Artes escénicas

Además del teatro y la danza, incluye disciplinas como el circo, la ópera, el bertsolarismo y otras similares que puedan ser expresadas en un escenario. Se caracterizan por su consumo en vivo, de modo inmediato y con el público presente al celebrarse los espectáculos.

Entre las actividades y agentes que forman parte de las artes escénicas están los creadores, las compañías, los distribuidores, y los programadores, que pueden ser tanto las salas y espacios como los festivales, los circuitos y los eventos donde se representan.

Actividades sector (CNAE09)	Servicios conexos
9001 Artes escénicas	7990 Otros servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos
9002 Actividades auxiliares de las artes escénicas	
9004 Gestión de salas y espectáculos	9329 Otras actividades recreativas y de entretenimiento
8552 Servicios de educación cultural	



Música

El sector de la música se sitúa en la intersección entre las artes escénicas y las industrias, puesto que incluye tanto los conciertos en vivo como la industria discográfica. Esta es la razón por la que en algunos modelos se disgrega, asociándola como parte de las artes escénicas y del audiovisual. En este caso, se opta por tratarla como un sector independiente dada su singularidad y la especialización característica del sector.

Los rasgos distintivos del sector son el fonograma o unidad de grabación, de cualquier tipo y en cualquier soporte, y la industria discográfica que lo produce, así como los servicios asociados a la actividad musical (editorial, *management*, promoción de conciertos, etc.). Al igual que en el resto de sectores culturales, se contempla el conjunto de funciones de la cadena de valor.

Actividades sector (CNAE09)	Industrias auxiliares
5920 Actividades de grabación de sonido y edición musical	2640 Fabricación de productos electrónicos de consumo
9002 Actividades auxiliares de las artes escénicas	3220 Fabricación de instrumentos musicales
9004 Gestión de salas y espectáculos	268 Fabricación de soportes magnéticos y ópticos
8552 Servicios de educación cultural	
4763 Comercio al por menor de grabaciones de música y vídeo en establecimientos especializados	

Audiovisual y multimedia (cine, televisión, radio)

Aunque la irrupción de la digitalización ha afectado fuertemente en el conjunto de los sectores culturales y creativos, el audiovisual está viviendo una transformación radical en los procesos de producción y distribución. Es un sector en constante redefinición y ampliación, con tendencia a incorporar el sector de los contenidos digitales, los videojuegos, la publicidad y hasta las TIC o los operadores de servicios de internet.

La propuesta para la CAE se ciñe a considerar dentro del sector audiovisual y multimedia las actividades de producción audiovisual, la distribución, la exhibición cinematográfica, la televisión y la radio. Así, contempla la producción de películas, videos, programas de televisión o anuncios de televisión; la postproducción (edición, transferencia, titulación, subtítulos, créditos, subtítulos, gráficos producidos por ordenador, animación y efectos especiales, desarrollo y procesamiento película cinematográfica, laboratorios de película y actividades de laboratorios especiales para películas animadas). La distribución incluye la distribución de películas, cintas de video, DVDs y producciones similares a los cines, cadenas de televisión y operadores, así como la adquisición de derechos de distribución de las distintas producciones. Por último, se contempla la exhibición en salas de cine y otras instalaciones de proyección (aire libre, cine-clubs...).

Respecto a las actividades de radio, se incluye la transmisión de señales de audio a través de emisoras de radio y las facilidades para la transmisión de programación de radio por aire, cable e internet. Se incluyen también la transmisión de datos integrados con emisiones de radio.

Las actividades de televisión comprenden la creación de una programación completa de televisión, desde programas comprados (películas, documentales, etc.), programas de producción propia (noticias locales, retransmisiones en vivo) o una combinación de ambas. Un programa completo de televisión puede ser transmitido por quien lo produce producción o por un distribuidor externo, como empresas o proveedores de televisión por cable o por satélite. La programación puede ser de generalista o especializada naturaleza (por ejemplo, formatos limitados como noticias, deportes, educación o programación orientada a los jóvenes) y puede ser abierta o de pago. Esta clase también incluye transmisión de datos integrada con emisiones de televisión.



Actividades sector (CNAE09)	Industrias auxiliares
5915 Actividades de producción cinematográfica y de vídeo	2640 Fabricación de productos electrónicos de consumo
5916 Actividades de producción de programas de televisión (NACE 5911)	268 Fabricación de soportes magnéticos y ópticos
5912 Actividades de postproducción cinematográfica, de vídeo y de programas de televisión	
5917 Actividades de distribución cinematográfica y de vídeo	
5918 Actividades de distribución de programas de televisión (NACE 5913)	
5914 Actividades de exhibición cinematográfica	
6010 Actividades de radiodifusión	
6020 Actividades de programación y emisión de televisión	
6391 Actividades de agencias de noticias	
7722 Alquiler de cintas de vídeo y discos	
4763 Comercio al por menor de grabaciones de música y vídeo en establecimientos especializados	

Libro y prensa

Agrupamos el libro y la prensa bajo un mismo sector, aunque la prensa, junto con la radio y la televisión, suele agruparse en el sector de los medios de comunicación. Optamos por desagregarlos siguiendo las pautas europeas, por razones de armonización y comparabilidad.

El sector del libro comprende tres actividades: la edición propiamente dicha, la distribución al por mayor y el comercio (librerías y otros centros de venta al por menor). La edición comprende tanto libros impresos como en formato electrónico o audiolibros. Incluye la edición de libros, catálogos, folletos, diccionarios y enciclopedias, atlas y mapas.

La prensa comprende las actividades de publicación de diarios, incluidos los publicitarios, que aparecen al menos cuatro veces por semana; y las publicaciones periódicas y otras revistas, que aparecen menos de cuatro veces por semana. Pueden ser en cualquier formato (papel, electrónico o internet). En este sector están incluidas también las agencias de noticias que proporcionan imágenes y contenidos a los medios de comunicación. Al igual que en el caso del libro, se incluye también toda la cadena de valor: edición, distribución y comercio al por menor de periódicos y revistas.

Respecto a la industria auxiliar de las artes gráficas, una parte de cuya actividad se dedica al mundo del libro, se tendrá en cuenta, pero dándole un tratamiento diferenciado, de forma que se pueda agregar o desagregar del corazón de la actividad del libro y la prensa.

Actividades sector (CNAE09)	Industrias auxiliares
5811 Edición de libros	1811 Impresión de periódicos
5813 Edición de periódicos	1812 Otras actividades de impresión y artes gráficas
5814 Edición de revistas	1813 Servicios de preimpresión y preparación de soportes
5819 Otras actividades de edición	1814 Encuadernación y servicios relacionados con la misma
6391 Actividades de agencias de noticias	
4761 Comercio al por menor de libros en establecimientos especializados	Servicios conexos
4762 Comercio al por menor de periódicos y artículos de papelería en establecimientos especializados	7312 Servicios de representación de medios de comunicación
	6399 Otros servicios de información ncaa

Artesanía

La artesanía es una actividad singular: por una parte, en los últimos años hay consenso en agregarlas como un sector de las ICC, aunque las visiones varían entre considerarla desde un acento más cultural o más industrial; por otra parte, es una actividad que cuenta con normativas propias, reguladas por las Diputaciones Forales. La vía de trabajo para el análisis de la actividad artesana son los registros de artesanos de las diputaciones.



Desde la perspectiva europea, se entiende como la creación de producción única, poniendo el énfasis en su faceta artística, por lo que las artesanías industriales no están incluidas. Las artesanías artísticas requieren habilidades tradicionales, conocimientos técnicos y complejos para transformar materiales y producir piezas o pequeñas series cuya característica artística es real. Se suelen clasificar por tipos de materiales (madera, textiles, cuero, cerámica, etc.) o por sectores en los que la artesanía es esencial (por ejemplo, vestuario para artes escénicas, restauración de obras de arte, luthieres en música, etc.).

En la CAE, las definiciones de artesanía de las normativas de las diputaciones comparten que la actividad artesanal tiene como resultado un producto individualizado, excluyendo la producción industrial o bien incidiendo en que la aportación manual prevalezca sobre la aplicación de maquinaria. Pero difieren en los matices: la más excluyente hacia lo que no sea propiamente cultural es la alavesa (excluye la artesanía de bienes de consumo y complementaria de la industria y la agricultura, y la artesanía de servicios); Bizkaia los incluye, salvo los bienes de consumo alimentario; y Gipuzkoa es la más amplia.

No se especifican las actividades artesanas a través de las CNAES, por no ser una herramienta de análisis viable para este sector.

5.2.2. Sectores creativos

Arquitectura

En el marco de las ICC se consideran únicamente los servicios de arquitectura, excluyendo las actividades de ingeniería y la construcción. Desde la perspectiva de los servicios, su propósito es proporcionar servicios creativos, aunque el producto final pueda no ser cultural. Así, pues, se considera únicamente la función o actividad creativa que proporcionan los servicios de arquitectura.

Se incluyen tanto los servicios de asesoría en arquitectura, lo que se refiere tanto al diseño y dibujo (planos y croquis) de edificios como a la planificación urbana, rural y la arquitectura paisajística.

Actividades sector (CNAE09)

7111 Servicios técnicos de arquitectura

Publicidad

Se entiende por publicidad la prestación de una amplia gama de servicios publicitarios (aunque se subcontraten), incluyendo anuncios, servicios creativos, producción de material publicitario y compra. Así, comprende la creación y realización de campañas (creación e inserción de anuncios publicitarios en cualquier medio de comunicación e Internet; creación e inserción de publicidad exterior; publicidad aérea; distribución o entrega de material o muestras publicitarias; creación de stands u otras estructuras y espacios); y la realización de campañas de marketing y otros servicios publicitarios destinados a atraer y retener clientes: promoción de productos; publicidad de marketing directo; de espacios comerciales; consultoría de marketing.

Aunque desde el punto de vista estrictamente cultural, existen reparos a la hora de incluir la producción de material publicitario (stands, material impreso, etc.), y la promoción o marketing, la viabilidad práctica de análisis hace que se incluyan tanto el diseño publicitario y servicio de desarrollo conceptual, hasta la prestación de servicios completos de publicidad (servicios de planificación, creación y ejecución).

Actividades sector (CNAE09)

7311 Agencias de publicidad

Videojuegos

Se propone dar al sector de los videojuegos un tratamiento aparte y diferenciado del sector audiovisual y multimedia. Se define como el desarrollo, la distribución y la venta de software de entretenimiento interactivo que permite simular experiencias en una pantalla. El desarrollo comprende desde la concepción de la idea (género, forma de juego y story board), el diseño (guión, sonido, mecánica y diseño de programación), la planificación, la producción, las pruebas, producción final y el mantenimiento.

Actividades sector (CNAE09)

5821 Edición de videojuegos

4763 Comercio al por menor de grabaciones de música y vídeo en establecimientos especializados

Industrias auxiliares

2640 Fabricación de productos electrónicos de consumo

268 Fabricación de soportes magnéticos y ópticos

Diseño

El diseño puede definirse desde una perspectiva amplia y abierta o desde un punto de vista más aplicado, a partir de los subsectores que lo integran. Desde el punto de vista conceptual, el diseño puede concebirse como un proceso creativo de trabajo estructurado para crear objetos, imágenes o espacios, que también se utiliza con éxito para crear servicios y, más aún, para crear estrategias empresariales innovadoras. Aunque esta visión, ligada a la innovación, describe mejor el concepto de diseño, para el análisis del sector del diseño proponemos optar por el camino de las actividades de diseño incluidas en la clasificación económica estandarizada. Así, las actividades de diseño especializado comprenden: mobiliario, y otros artículos de decoración interior, así como otros bienes para el hogar; el diseño industrial, es decir, la creación y desarrollo de diseños y especificaciones que optimizan el uso, el valor y la apariencia de los productos, incluyendo las decisiones sobre materiales, mecanismos, formas, colores y acabado de las superficies del producto, teniendo en cuenta las características y necesidades de los clientes, la seguridad, la demanda del mercado y la distribución, el uso y el mantenimiento; el diseño gráfico; y la decoración de interiores.

Actividades sector (CNAE09)

7410 Actividades de diseño especializado

Industrias de la lengua

Son aquellas dedicadas a prestar servicios o generar productos específicos de acompañamiento y apoyo vinculados a la traducción, los contenidos, la enseñanza de idiomas y las tecnologías de la lengua, dando respuesta a las necesidades generadas por la actividad en el mercado mundial.

Actividades sector (CNAE09)

7430 Actividades de traducción e interpretación

8559 Otra educación n.c.o.p.

Moda

Se propone disgregar las actividades de diseño especializado vinculadas a la moda, tales como el diseño de moda textil, de prendas de vestir, calzado, joyas, u otros bienes relacionados con la moda y darles un espacio propio como sector de la moda. Se excluye la fabricación, salvo la que tenga un carácter artesanal y a medida. Se excluye también el comercio.

Actividades sector (CNAE09)

7410 Actividades de diseño especializado

Gastronomía

La inclusión de la gastronomía como sector de las ICC conlleva la selección de la parte creativa de su actividad. Por lo tanto, no se contempla el conjunto de la actividad de restaurantes y servicios gastronómicos del país, sino únicamente aquellas actividades que supongan un valor añadido a la actividad por su innovación y por su experimentación desde el punto de vista creativo, de la investigación o la tecnología aplicada. Su estudio requiere una vía de trabajo alternativa a las herramientas estadísticas.

6 Referencias

ADORNO, Theodor Y HORKHEIMER, Max (1998) *Dialéctica de la ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta.

COMISIÓN EUROPEA (2010), *Libro Verde. Liberar el potencial de las industrias culturales y creativas*. Bruselas: Comisión Europea.

COMISIÓN EUROPEA (2012) *Promoting cultural and creative sectors for growth and jobs in the EU*. Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Bruselas: Comisión Europea.

ECHEVARRIA, Javier (2012) EUSKREA *Libro verde sobre las industrias culturales y creativas en Euskadi*. Sinergiak Social Innovation.

SSnet-Culture, European Statistical System Network on Culture (2012) *Final report*. Disponible en línea
http://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf

IKERTALDE (2005) *Estudio de las Industrias Artesanas del País Vasco*. Consejo Vasco de la Cultura. Disponible en línea:
http://www.kultura.ejgv.euskadi.eus/contenidos/informacion/keb_publicaciones_mono_cult/es_publicac/adjuntos/Artesania_es.pdf

KEA European Affairs (2009) *The Impact of Culture on Creativity*. Bruselas: Comisión Europea. Disponible en línea:
<http://www.keanet.eu/docs/impactculturecreativityfull.pdf>

OBSERVATORIO VASCO DE LA CULTURA (2013) *Las industrias culturales y creativas. Debate teórico desde la perspectiva europea*. Vitoria-Gasteiz. Disponible en línea
http://www.kultura.ejgv.euskadi.eus/contenidos/informacion/keb_argit_sormen_industri_2013/es_def/adjuntos/industrias_culturales_creativas_2013.pdf

SINNERGIAS SOCIAL INNOVATION (2016) *Mapping de activos de las ICC en Euskadi: Agentes económicos y programas públicos de apoyo*. Donostia-San Sebastián: UPV-EHU

UNESCO (2002) *Declaración Universal sobre Diversidad Cultural*. Disponible en línea: <http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127162s.pdf>

UNESCO (2005) *Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*. Disponible en línea:
<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919s.pdf>



United Nations Development Programme (UNDP) (2013), *Creative Economy Report 2013 Special Edition. Widening Local Development Pathways*. New York: United Nations/UNDP/UNESCO. Disponible en línea: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013.pdf>

United Nations (UNCTAD) (2010), *Economía creativa: una opción factible de desarrollo*. United Nations/UNDP/UNCTAD. Disponible en línea: http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf

VVAA (1982) *Industrias culturales: El futuro de la cultura en juego*. México: Fondo de cultura económica/ París: Unesco: Disponible en línea: <http://unesdoc.unesco.org/images/0013/001353/135399so.pdf>

ZALLO, Ramón (2010) *Industrias culturales y ciudades creativas*. Fundación KREANTA. Disponible en línea: <http://www.ramonzallo.com/wp-content/uploads/2012/02/kreanta-publicacion.pdf>

Anexo_Fichas de análisis de los sectores

1. Sector: Patrimonio, archivos y bibliotecas

Funciones de la cadena de valor

Creación	Producción/Edición	Distribución, comercio y difusión	Preservación	Educación	Gestión y regulación
	<ul style="list-style-type: none"> • Reconocimiento de bienes de interés cultural y patrimonio histórico. • Adquisición y organización de colecciones de Museos. • Adquisición de documentos de Archivos • Adquisición y organización de colecciones de Bibliotecas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Exposiciones de Museos. • Actividades museográficas. Comercio de antigüedades (incluyendo comercio electrónico). • Consultas de archivos. • Exposiciones de Archivos. • Actividades de préstamo de Bibliotecas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Preservación de patrimonio tangible e intangible. • Restauración de bienes protegidos. • Actividades arqueológicas. • Actividades técnicas y de investigación de preservación. • Restauración de colecciones de Museo. • Actividades archivísticas (incluye digitalización). • Actividades de preservación de Bibliotecas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Educación formal y no formal: actividades de enseñanzas artísticas y culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Gestión administrativa (estatal, local u otros agentes).



Herramientas de análisis estadístico

Código CNAE-2009Actividad	Código CPA-2008	Productos y servicios
ACTIVIDADES PATRIMONIO, ARCHIVOS Y BIBLIOTECAS		
9102 Actividades de Museos	910210	Servicios de museos
	910220	Colecciones de museos
9103 Gestión de lugares y edificios históricos	910310	Servicios de gestión de lugares y edificios históricos y similares
9105 Actividades de bibliotecas (NACE 9101)	910111	Actividades de bibliotecas
9106 Actividades de archivos (NACE 9101)	910112	Servicios de archivos
4779 Comercio al por menor de artículos de segunda mano en establecimiento autorizados	470068	Servicios de comercio al por menor de sellos y monedas
	470069	Servicios de comercio al por menor de recuerdos y objetos de arte
	470091	Servicios de comercio al por menor de antigüedades
Servicios conexos		
7219 Otros servicios de investigación y desarrollo experimental en ciencias naturales y técnicas	721913	Servicios de investigación y desarrollo experimental en ciencias físicas
7220 Servicios de investigación y desarrollo experimental en otras ciencias sociales	722019	Servicios de investigación y desarrollo experimental en otras ciencias sociales (certificación y autenticación de obras de arte)

Ocupaciones del patrimonio, archivos y bibliotecas

CNO11	Literal
1501	Directores y gerentes de empresas de actividades recreativas, culturales y deportivas
2911	Archivistas y conservadores de museos
2912	Bibliotecarios, documentalistas y afines
3733	Técnicos en galerías de arte, museos y bibliotecas
3739	Otros técnicos y profesionales de apoyo en actividades culturales y artísticas
4210	Empleados de bibliotecas y archivos



2. Sector: Artes visuales

Funciones de la cadena de valor

Creación	Producción/Edición	Distribución, comercio y difusión	Preservación	Educación	Gestión y regulación
<ul style="list-style-type: none"> • Creación de obras plásticas y visuales • Creación fotográfica 	<ul style="list-style-type: none"> • Producción de obras de artes visuales • Publicación de obras fotográficas • Edición de obra gráfica 	<ul style="list-style-type: none"> • Organización de eventos y actividades relacionadas a las artes visuales • Galerías de arte y otras exposiciones temporales • Comercio de obras de artes visuales (incluyendo el comercio electrónico) 	<ul style="list-style-type: none"> • Protección de obras visuales • Restauración de obras visuales 	<ul style="list-style-type: none"> • Educación formal y no formal: actividades de enseñanzas artísticas y culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades de apoyo a la gestión de derechos • Gestión administrativa (estatal, local u otros agentes)

Herramientas de análisis estadístico

Código CNAE-2009Actividad	Código CPA-2008	Productos y servicios
ACTIVIDADES ARTES VISUALES		
9003 Creación artística	900311	Servicios prestados por autores, compositores, escultores y otros artistas, excepto actores
	900312	Originales de autores, compositores y otros artistas, excepto actores, pintores, artistas gráficos y escultores
	900313	Originales de pintores, artistas gráficos y escultores
7420 Actividades fotográficas	742011	Placas y películas fotográficas expuestas, excepto reveladas
	742012	Placas y películas fotográficas expuestas y reveladas para reproducción en offset
	742019	Otros tipos de placas y películas fotográficas expuestas y reveladas
	742021	Servicios de retratos fotográficos
	742022	Servicios de fotografía publicitaria y similares
	742023	Servicios de fotografía y vídeo de actos
	742024	Servicios de fotografía aérea
	742029	Otros servicios especializados de fotografía
	742032	Servicios de restauración y retocado de fotografías



Código CNAE-2009Actividad	Código CPA-2008	Productos y servicios
ACTIVIDADES ARTES VISUALES		
852 Servicios de educación cultural	85212	Escuelas de bellas artes
477 Comercio al por menor de artículos nuevos en establecimiento autorizados	470069	Servicios de comercio al por menor de recuerdos y objetos de arte

Ocupaciones de las artes visuales

CNO11	Literal
1501	Directores y gerentes de empresas de actividades recreativas, culturales y deportivas
2931	Artistas de artes plásticas y visuales
2939	Artistas creativos e interpretativos no clasificados bajo otros epígrafes
3733	Técnicos en galerías de arte, museos y bibliotecas
3739	Otros técnicos y profesionales de apoyo de actividades culturales y artísticas

3. Sector: Artes escénicas

Funciones de la cadena de valor

Creación	Producción/Edición	Distribución, comercio y difusión	Preservación	Educación	Gestión y regulación
<ul style="list-style-type: none"> • Creación coreográfica, dramática y de otras piezas escénicas • Creación de escenografías técnicas para espectáculos en vivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Producción y organización de artes escénicas • Actividades de soporte y técnicas para la producción de espectáculos en vivo 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades de representaciones en vivo • Servicios distribución 	<ul style="list-style-type: none"> • Archivos de documentación teatral 	<ul style="list-style-type: none"> • Educación formal y no formal: actividades de enseñanzas artísticas y culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades de apoyo a la gestión de derechos • Gestión administrativa (estatal, local u otros agentes) • Agencias de representación artística



Herramientas de análisis estadístico

Código CNAE-2009Actividad	Código CPA-2008	Productos y servicios
ACTIVIDADES ARTES ESCÉNICAS		
9001 Artes escénicas	900110	Servicios de las artes escénicas
9002 Actividades auxiliares de las artes escénicas	900211	Servicios de producción y presentación de actuaciones
	900212	Servicios de promoción y organización de actuaciones
	900219	Otros servicios auxiliares a las artes escénicas
9004 Gestión de salas y espectáculos	900410	Servicios de gestión de salas de espectáculo
8552 Servicios de educación cultural	855211	Servicios de las escuelas e instructores de baile
Servicios conexos		
7990 Otros servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos	721913	Servicios de reservas para actos; servicios de entretenimiento y ocio, y otros servicios de reservas n.c.o.p.
9329 Otras actividades recreativas y de entretenimiento	722019	Servicios de fuegos artificiales y espectáculos de luz y sonido

Ocupaciones de las artes escénicas

CNO11	Literal
1501	Directores y gerentes de empresas de actividades recreativas, culturales y deportivas
2933	Coreógrafos y bailarines
2934	Directores de cine, de teatro y afines
2935	Actores
2939	Artistas creativos e interpretativos no clasificados bajo otros epígrafes
3739	Otros técnicos y profesionales de apoyo de actividades culturales y artísticas



4. Sector: Música

Funciones de la cadena de valor

Creación	Producción/Edición	Distribución, comercio y difusión	Preservación	Educación	Gestión y regulación
<ul style="list-style-type: none"> • Creación de obras musicales 	<ul style="list-style-type: none"> • Producción y grabación musical • Producción de conciertos en vivo • Actividades de soporte y técnicas para la producción de música en vivo • Edición musical • Actividades de post-producción 	<ul style="list-style-type: none"> • Organización de ferias y eventos musicales • Organización de conciertos y giras • Distribución de música • Comercio de disco (incluyendo comercio electrónico) 	<ul style="list-style-type: none"> • Protección de actividades relacionadas con obras e instrumentos musicales • Restauración de obras e instrumentos musicales 	<ul style="list-style-type: none"> • Educación formal y no formal: actividades de enseñanzas artísticas y culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades de apoyo a la gestión de derechos • Gestión administrativa (estatal, local u otros agentes) • Agencias de representación artística

Herramientas de análisis estadístico

Código CNAE-2009Actividad	Código CPA-2008	Productos y servicios
ACTIVIDADES MÚSICA		
5920 Actividades de grabación de sonido y edición musical	592011	Servicios de grabación de sonido
	592012	Servicios de grabación en directo
	592013	Originales de grabación sonora
	592031	Partituras impresas
	592032	Partituras electrónicas
	592033	Discos, cintas magnéticas u otros soportes físicos de música
	592034	Otros discos y cintas magnéticas de audio
	592035	Música descargable
	592040	Servicios de cesión de los derechos de originales sonoros



Código CNAE-2009Actividad	Código CPA-2008	Productos y servicios
ACTIVIDADES MÚSICA		
9002 Actividades auxiliares de las artes escénicas	900211	Servicios de producción y presentación de actuaciones
	900212	Servicios de promoción y organización de actuaciones
	900219	Otros servicios auxiliares
9004 Gestión de salas y espectáculos	900410	Servicios de gestión de salas de espectáculo
8552 Servicios de educación cultural	855212	Escuelas de música y servicios de educación musical
4763 Comercio al por menor de grabaciones de música y vídeo en establecimientos especializados	470064* no coincide con código CNAE	Servicios de comercio al por menor de grabaciones de audio y vídeo
Industrias auxiliares		
2640 Fabricación de productos electrónicos de consumo	264031	Giradiscos, tocadiscos, reproductores de casetes y otros aparatos de reproducción de sonido
	264032	Magnetófonos y otros aparatos de grabación de sonido
	264033	Cámaras de vídeo y otros aparatos de grabación o reproducción de sonido
	264041	Micrófonos y sus soportes
	264042	Altavoces; auriculares, incluso combinados con un micrófono
	264043	Amplificadores eléctricos de audiofrecuencia; aparatos eléctricos para amplificación del sonido
3220 Fabricación de instrumentos musicales	322011	Pianos y otros instrumentos musicales de cuerda con teclado
	322012	Otros instrumentos musicales de cuerda
	322013	Órganos de tubo y teclado, armonios e instrumentos similares; acordeones e instrumentos similares; armónicas; instrumentos de viento
	322014	Instrumentos musicales en los que el sonido se produce o tiene que amplificarse eléctricamente
	322015	Otros instrumentos musicales
	322016	Metrónomos y diapasones; mecanismos de cajas de música; cuerdas para instrumentos musicales
	322020	Componentes y accesorios de instrumentos musicales
322099	Operaciones de subcontratación que forman parte de la fabricación de instrumentos musicales	
268 Fabricación de soportes magnéticos y ópticos	268011	Soportes magnéticos sin grabar, excepto tarjetas con banda magnética
	268012	Soportes ópticos sin grabar



Ocupaciones de la música

CNO11	Literal
1501	Directores y gerentes de empresas de actividades recreativas, culturales y deportivas
2932	Compositores, músicos y cantantes
7612	Lutieres y similares; afinadores de instrumentos musicales
3831	Técnicos de grabación audiovisual

5. Sector: Audiovisual y multimedia

Funciones de la cadena de valor

Creación	Producción/Edición	Distribución, comercio y difusión	Preservación	Educación	Gestión y regulación
<ul style="list-style-type: none"> • Creación de obras audiovisuales • Creación de obras multimedia 	<ul style="list-style-type: none"> • Producción de imágenes animadas, vídeo y programas audiovisuales • Producción de programas de televisión (incluyendo Internet) • Edición de películas, vídeos (Incluyendo a través de Internet) • Edición de obras multimedia • Producción de programas de radio • Actividades de post-producción audiovisual. 	<ul style="list-style-type: none"> • Organización de ferias y eventos de películas/vídeo • Difusión de radio y televisión (Incluyendo a través de Internet) • Proyecciones de cine • Distribución de películas/vídeo • Alquiler de vídeo • Comercio de obras audiovisuales (incluyendo comercio electrónico) • Exhibiciones temporales de obras audiovisuales 	<ul style="list-style-type: none"> • Protección de actividades relacionadas con obras audiovisuales y multimedia • Restauración de obras audiovisuales y multimedia 	<ul style="list-style-type: none"> • Educación formal y no formal: actividades de enseñanzas artísticas y culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades de apoyo a la gestión de derechos • Gestión administrativa (estatal, local u otros agentes) • Agencias de representación artística



Herramientas de análisis estadístico

Código CNAE-2009Actividad	Código CPA-2008	Productos y servicios
ACTIVIDADES AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIA		
5915 Actividades de producción cinematográfica y de vídeo	591111	Servicios de producción de películas y vídeos publicitarios
5916 Actividades de producción de programas de televisión (NACE 5911)	591112	Servicios de producción de otros programas de televisión
	591113	Originales cinematográficos, de vídeo y de programas de televisión
	591121	Películas cinematográficas
	591123	Películas u otros contenidos de vídeo en discos, cintas magnéticas u otros medios físicos
	591124	Películas u otros contenidos de vídeo descargables
	591130	Venta de espacio o tiempo publicitario en productos de cine, vídeo y televisión
5912 Actividades de postproducción cinematográfica, de vídeo y de programas de televisión	591211	Servicios de montaje audiovisual
	591212	Servicios de transferencia y duplicación de originales
	591213	Servicios de corrección del color y de restauración digital
	591214	Servicios de efectos visuales
	591215	Servicios de animación
	591216	Servicios de inserción de títulos y subtítulos
	501217	Servicios de diseño y edición musical
	591219	Otros servicios de posproducción cinematográfica, de vídeo y de programas de televisión
5917 Actividades de distribución cinematográfica y de vídeo	591311	Servicios de cesión de los derechos de las películas y de sus ingresos
5918 Actividades de distribución de programas de televisión (NACE 5913)	591312	Otros servicios de distribución de programas de cine, vídeo y televisión
5914 Actividades de exhibición cinematográfica	591410	Servicios de exhibición de películas
6010 Actividades de radiodifusión	601011	Servicios de radiodifusión
	601012	Originales de programación y radiodifusión
	601020	Programas de canal radiofónico
	601030	Espacios publicitarios en radio



Código CNAE-2009Actividad	Código CPA-2008	Productos y servicios
ACTIVIDADES AUDIOVISUAL Y MULTIMEDIA		
6020 Actividades de programación y emisión de televisión	602011	Servicios de programación y emisión de televisión en directo, excepto de pago
	602012	Otros servicios de programación y emisión de televisión, excepto de pago
	602013	Servicios de programación y emisión de televisión en directo, de pago
	602014	Otros servicios de programación y emisión de televisión, de pago
	602020	Originales de teledifusión
	602031	Programas de televisión, excepto de pago
	602032	Programas de televisión de pago
	602034	Espacio publicitario en la televisión
6391 Actividades de agencias de noticias	639112	Servicios de agencias de noticias para medios audiovisuales
7722 Alquiler de cintas de vídeo y discos	772210	Servicios de alquiler de cintas de vídeo y de discos
4763 Comercio al por menor de grabaciones de música y vídeo en establecimientos especializados	470064* no coincide con código CNAE	Servicios de comercio al por menor de grabaciones de audio y vídeo
Industrias auxiliares		
2640 Fabricación de productos electrónicos de consumo	264011	Receptores de radiodifusión (excepto para automóviles) que funcionen sin fuente de energía exterior
	264012	Receptores de radiodifusión que solo funcionen con una fuente de energía exterior
	264020	Receptores de radiodifusión que solo funcionen con una fuente de energía exterior
	264033	Cámaras de vídeo y otros aparatos de grabación o reproducción de sonido
	264034	Pantallas y proyectores que no incorporen aparatos de recepción de televisión o sean utilizados principalmente en informática
	264041	Micrófonos y sus soportes
268 Fabricación de soportes magnéticos y ópticos	268011	Soportes magnéticos sin grabar, excepto tarjetas con banda magnética
	268012	Soportes ópticos sin grabar



Ocupaciones del audiovisual y multimedia

CNO11	Literal
1501	Directores y gerentes de empresas de actividades recreativas, culturales y deportivas
2934	Directores de cine, de teatro y afines
2935	Actores
2922	Periodistas
2936	Locutores de radio, televisión y otros presentadores
3831	Técnicos de grabación audiovisual
3832	Técnicos de radiodifusión

6. Sector: Libro y prensa

Funciones de la cadena de valor

Creación	Producción/Edición	Distribución, comercio y difusión	Preservación	Educación	Gestión y regulación
<ul style="list-style-type: none"> • Creación de obras literarias • Redacción de artículos culturales para revistas y publicaciones periódicas • Actividades de traducción e interpretación 	<ul style="list-style-type: none"> • Edición de libros (incluyendo por Internet) • Edición de periódicos y revistas (incluyendo por Internet) • Actividades de agencias de noticias 	<ul style="list-style-type: none"> • Organización de ferias y eventos de promoción del libro • Comercio del libro y prensa (incluyendo el comercio electrónico) 	<ul style="list-style-type: none"> • Protección de actividades relacionadas con el libro y periódicos • Restauración de libros 	<ul style="list-style-type: none"> • Educación formal y no formal: actividades de enseñanzas artísticas y culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades de apoyo a la gestión de derechos • Gestión administrativa (estatal, local u otros agentes) • Agencias de representación artística



Herramientas de análisis estadístico

Código CNAE-2009Actividad	Código CPA-2008	Productos y servicios
ACTIVIDADES LIBRO Y PRENSA		
5811 Edición de libros	581111	Libros de texto
	581112	Libros profesionales, técnicos y académicos
	581113	Libros infantiles
	581114	Diccionarios y enciclopedias
	581115	Atlas y demás libros con mapas
	581116	Mapas y cartas hidrográficas y similares impresos, excepto en forma de libro
	581119	Otros libros, folletos, prospectos y similares
	581120	Libros en discos, cintas magnéticas u otros soportes físicos
	581130	Libros en línea
	581141	Espacios publicitarios en libros impresos
5813 Edición de periódicos	581142	Espacios publicitarios en libros electrónicos
	581150	Servicios de publicación y de impresión a comisión o por contrato
5814 Edición de revistas	581160	Servicios de cesión de los derechos de edición
	581310	Periódicos impresos
	581320	Periódicos en línea
	581411	Revistas impresas de interés general
	581412	Revistas empresariales, profesionales y académicas
	581419	Otras revistas impresas
	581420	Revistas en línea
5819 Otras actividades de edición	581431	Espacios publicitarios en revistas impresas
	581432	Espacios publicitarios en revistas electrónicas
	581912	Láminas, dibujos y fotografías, impresos



Código CNAE-2009Actividad	Código CPA-2008	Productos y servicios
ACTIVIDADES LIBRO Y PRENSA		
6391 Actividades de agencias de noticias	639111	Servicios de agencias de noticias para periódicos
4761 Comercio al por menor de libros en establecimientos especializados	470061	Servicios de comercio al por menor de libros
4762 Comercio al por menor de periódicos y artículos de papelería en establecimientos especializados	470062	Servicios de comercio al por menor de periódicos y revistas
Industrias auxiliares		
1811 Impresión de periódicos	181110	Servicios de impresión de periódicos
1812 Otras actividades de impresión y artes gráficas	181212	Servicios de impresión de catálogos, prospectos, anuncios y otros productos publicitarios
	181213	Servicios de impresión de revistas y publicaciones periódicas publicadas menos de cuatro veces por semana
	181214	Servicios de impresión de libros, atlas, mapas hidrográficos o similares, cuadros, dibujos, fotografías y postales
	181219	Otros servicios de impresión n.c.o.p.
1813 Servicios de preimpresión y preparación de soportes	181310	Servicios de preimpresión
	181320	Planchas o cilindros de impresión y otros elementos de impresión
	181330	Servicios auxiliares relacionados con la impresión
1814 Encuadernación y servicios relacionados con la misma	181410	Servicios de encuadernación y servicios con la misma
Servicios conexos		
7312 Servicios de representación de medios de comunicación	731211	Venta de espacio o tiempo publicitario sobre soporte impreso a comisión o por contrato
	731211	Venta de espacio o tiempo publicitario en la televisión o la radio a comisión o por contrato
	731212	Venta de espacio o tiempo publicitario en Internet a comisión o por contrato
	731213	Venta de publicidad relativa a un acto
	731214	Otro tipo de venta de espacio o tiempo publicitario a comisión o por contrato
6399 Otros servicios de información ncaa	639910	Servicios de información n.c.o.p.
	639920	Recopilaciones originales de hechos o de información



Ocupaciones del libro y prensa

CNO11	Literal
1501	Directores y gerentes de empresas de actividades recreativas, culturales y deportivas
2651	Profesionales de la publicidad y la comercialización
2921	Escritores
2922	Periodistas
2923	Filólogos, intérpretes y traductores
3731	Fotógrafos
7621	Trabajadores de procesos de preimpresión
7622	Trabajadores de procesos de impresión
7623	Trabajadores de procesos de encuadernación



7. Sector: Artesanía

NOTAS: La ESSnet europea la incluye en su modelo conceptual pero no especifica las herramientas de análisis estadístico. La vía de análisis del sector es a través de los registros de las Diputaciones Forales.

Funciones de la cadena de valor

Creación	Producción/Edición	Distribución, comercio y difusión	Preservación	Educación	Gestión y regulación
• Creación de piezas de artesanía	• Producción de piezas de artesanía	• Exposición y comercio de obras de artesanía (incluyendo el comercio electrónico)	• Restauración de piezas de artesanía	• Educación formal y no formal: actividades de enseñanzas artísticas y culturales.	• Gestión administrativa (estatal, local u otros agentes)

Ocupaciones de la artesanía

CNO11	Literal
7613	Joyereros, orfebres y plateros
7614	Trabajadores de la cerámica, alfareros y afines
7615	Sopladores, modeladores, laminadores, cortadores y pulidores de vidrio
7616	Rotulistas, grabadores de vidrio, pintores decorativos de artículos diversos
7617	Artesanos en madera y materiales similares; cesteros, bruceros y trabajadores afines
7618	Artesanos en tejidos, cueros y materiales similares, preparadores de fibra y tejedores
7619	Artesanos no clasificados bajo otros epígrafes

Se incluyen únicamente las contempladas en los análisis del Observatorio. En todo caso, existen otras ocupaciones susceptibles de entenderse como artesanas parcialmente (herreros, ebanistas...). No se han incluido las ocupaciones artesanas incluidas en otros sectores (luthieres, en música; encuadernadores en libro y prensa)



8. Sector: Arquitectura

Funciones de la cadena de valor

Creación	Producción/Edición	Distribución, comercio y difusión	Preservación	Educación	Gestión y regulación
<ul style="list-style-type: none"> Creación arquitectónica 		<ul style="list-style-type: none"> Exposiciones temporales de arquitectura Exposiciones en galerías 	<ul style="list-style-type: none"> Actividades de preservación arquitectónica 	<ul style="list-style-type: none"> Educación formal y no formal: actividades de enseñanzas artísticas y culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> Gestión administrativa (estatal, local u otros agentes) Actividades de apoyo a la gestión de derechos

Herramientas de análisis estadístico

Código CNAE-2009Actividad	Código CPA-2008	Productos y servicios
ACTIVIDADES ARQUITECTURA		
7111 Servicios técnicos de arquitectura	711110 711121 711122 711123 711124 711131 711132 711133 711141 711142	Planos y croquis con fines arquitectónicos Servicios técnicos de arquitectura para proyectos de edificios Servicios técnicos de arquitectura para proyectos de edificios no residenciales Servicios arquitectónicos de restauración histórica Servicios de asesoramiento arquitectónico Servicios de planificación urbana Servicios de ordenación del suelo rural Servicios de planificación general de proyectos Servicios de arquitectura paisajística Servicios de asesoría de arquitectura paisajística

Ocupaciones de la arquitectura

CNO11	Literal
2451	Arquitectos (excepto arquitectos paisajistas y urbanistas)
2452	Arquitectos paisajistas
2481	Arquitectos técnicos y técnicos urbanistas



9. Sector: Publicidad

Funciones de la cadena de valor

Creación	Producción/Edición	Distribución, comercio y difusión	Preservación	Educación	Gestión y regulación
• Creación de trabajos publicitarios		• Distribución de campañas publicitarias		• Educación formal y no formal: actividades de enseñanzas artísticas y culturales.	• Actividades de apoyo a la gestión de derechos

Herramientas de análisis estadístico

Código CNAE-2009Actividad	Código CPA-2008	Productos y servicios
ACTIVIDADES PUBLICIDAD		
7311 Agencias de publicidad	731111	Servicios de agencias de publicidad completos
	731113	Servicios de creación publicitaria y desarrollo del concepto de agencias de publicidad

Ocupaciones de la publicidad

CNO11	Literal
1222	Directores de publicidad y relaciones públicas
2651	Profesionales de la publicidad y la comercialización



10. Sector: Videojuegos

Funciones de la cadena de valor

Creación	Producción/Edición	Distribución, comercio y difusión	Preservación	Educación	Gestión y regulación
<ul style="list-style-type: none"> Creación de videojuegos 	<ul style="list-style-type: none"> Edición de obras multimedia (Incluyendo a través de Internet) Actividades de post-producción audiovisual. 	<ul style="list-style-type: none"> Organización de ferias y eventos de videojuegos Comercio de videojuegos (incluyendo comercio electrónico). 	<ul style="list-style-type: none"> Protección de actividades relacionadas con videojuegos. 	<ul style="list-style-type: none"> Educación formal y no formal: actividades de enseñanzas artísticas y culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> Actividades de apoyo a la gestión de derechos Gestión administrativa (estatal, local u otros agentes) Agencias de representación artística

Herramientas de análisis estadístico

Código CNAE-2009Actividad	Código CPA-2008	Productos y servicios
ACTIVIDADES VIDEOJUEGOS		
5821 Edición de videojuegos	582110	Juegos para ordenador en soporte físico
	582120	Juegos para ordenador descargables
	582130	Juegos en línea
	582140	Servicios de cesión de los derechos de videojuegos
4763 Comercio al por menor de grabaciones de música y vídeo en establecimientos especializados	470064* no coincide con código CNAE	Servicios de comercio al por menor de grabaciones de audio y vídeo



Industrias auxiliares		
2640 Fabricación de productos electrónicos de consumo	264060	Consolas de videojuego (utilizadas con un receptor de televisión o con una pantalla incorporada) y otros juegos de habilidad o azar con pantalla electrónica
268 Fabricación de soportes magnéticos y ópticos	268011	Soportes magnéticos sin grabar, excepto tarjetas con banda magnética
	268012	Soportes ópticos sin grabar

Ocupaciones de los videojuegos

CNO11	Literal
1501	Directores y gerentes de empresas de actividades recreativas, culturales y deportivas
2713	Analistas, programadores y diseñadores Web y multimedia
2719	Analistas y diseñadores de software y multimedia no clasificados bajo otros epígrafes



11. Sector: Diseño

Funciones de la cadena de valor

Creación	Producción/Edición	Distribución, comercio y difusión	Preservación	Educación	Gestión y regulación
<ul style="list-style-type: none"> Creación de diseño 		<ul style="list-style-type: none"> Organización de eventos y actividades relacionados con el diseño Exposiciones temporales sobre diseño 		<ul style="list-style-type: none"> Educación formal y no formal: actividades de enseñanzas artísticas y culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> Actividades de apoyo a la gestión de derechos Gestión administrativa (estatal, local u otros agentes)

Herramientas de análisis estadístico

Código CNAE-2009Actividad	Código CPA-2008	Productos y servicios
ACTIVIDADES DISEÑO		
7410 Actividades de diseño especializado	741011	Servicios de diseño de interiores
	741012	Servicios de diseño industrial
	741019	Otros servicios de diseño especializado
	741020	Proyectos originales de diseño

Ocupaciones de diseño

CNO11	Literal
1501	Directores y gerentes de empresas de actividades recreativas, culturales y deportivas
2482	Diseñadores de productos y de prendas
2484	Diseñadores gráficos y multimedia



12. Sector: Industrias de la lengua

Funciones de la cadena de valor

Creación	Producción/Edición	Distribución, comercio y difusión	Preservación	Educación	Gestión y regulación
<ul style="list-style-type: none"> Actividades de traducción e interpretación 				<ul style="list-style-type: none"> Educación formal y no formal: actividades de enseñanzas artísticas y culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> Gestión administrativa (estatal, local u otros agentes) Actividades de apoyo a la gestión de derechos

Herramientas de análisis estadístico

Código CNAE-2009Actividad	Código CPA-2008	Productos y servicios
ACTIVIDADES INDUSTRIAS DE LA LENGUA		
7430 Actividades de traducción e interpretación	743011	Servicios de traducción
	743012	Servicios de interpretación
8559 Otra educación n.c.o.p.	855911	Servicios de escuelas de idiomas

Ocupaciones de Industrias de la lengua

CNO11	Literal
1326	Directores de servicios de educación
2322	Profesores de enseñanza no reglada de idiomas
2923	Filólogos, intérpretes y traductores



13. Sector: Moda

Funciones de la cadena de valor

Creación	Producción/Edición	Distribución, comercio y difusión	Preservación	Educación	Gestión y regulación
<ul style="list-style-type: none"> Creación de diseño de moda 		<ul style="list-style-type: none"> Organización de eventos y actividades relacionados con la moda Exposiciones temporales sobre moda 	<ul style="list-style-type: none"> Conservación y restauración de tejidos y prendas de moda 	<ul style="list-style-type: none"> Educación formal y no formal: actividades de enseñanzas artísticas y culturales. 	<ul style="list-style-type: none"> Actividades de apoyo a la gestión de derechos Gestión administrativa (estatal, local u otros agentes)

Herramientas de análisis estadístico

Código CNAE-2009Actividad	Código CPA-2008	Productos y servicios
ACTIVIDADES MODA		
7410 Actividades de diseño especializado	741019	Otros servicios de diseño especializado

Ocupaciones de moda

CNO11	Literal
1501	Directores y gerentes de empresas de actividades recreativas, culturales y deportivas
2482	Diseñadores de productos y de prendas
7831	Sastres, modistos, peleteros y sombrereros
7832	Patronistas para productos en textil y piel
7833	Cortadores de tejidos, cuero, piel y otros materiales
7834	Costureros a mano, bordadores y afines
7836	Curtidores y preparadores de pieles
7837	Zapateros y afines

Delimitación conceptual y definición de los sectores de las ICC en EUSKADI



Kulturaren
Euskal Behatokia
Observatorio Vasco
de la Cultura



EUSKO JAURLARITZA
GOBIERNO VASCO

KULTURA ETA HIZKUNTZA
POLITIKA SAILA

DEPARTAMENTO DE CULTURA
Y POLÍTICA LINGÜÍSTICA