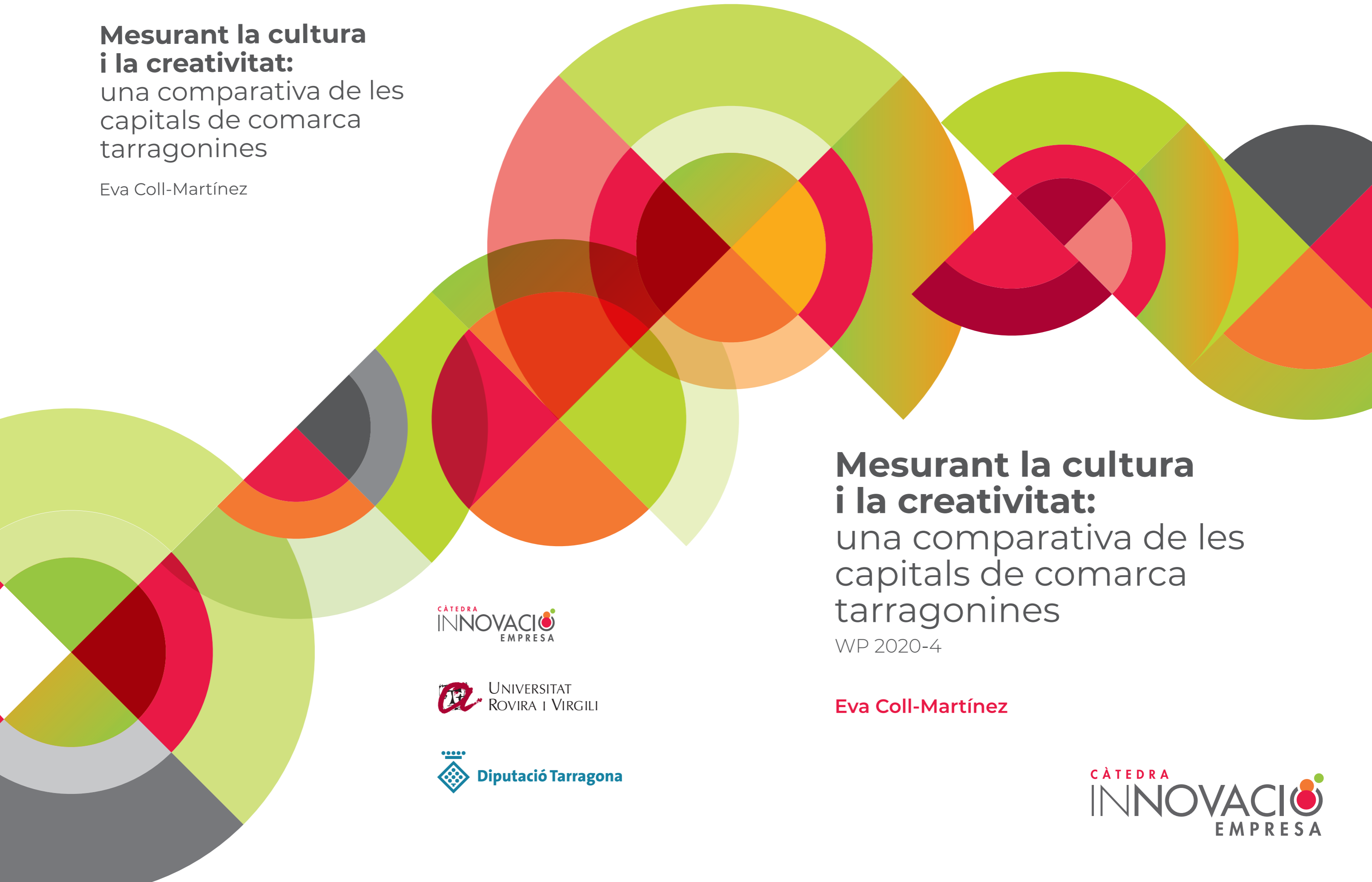


Mesurant la cultura i la creativitat:

una comparativa de les
capitals de comarca
tarragonines

Eva Coll-Martínez



Mesurant la cultura i la creativitat:

una comparativa de les
capitals de comarca
tarragonines

WP 2020-4

Eva Coll-Martínez

CÀTEDRA
INNOVACIÓ
EMPRESA

UNIVERSITAT
ROVIRA I VIRGILI

Diputació Tarragona

CÀTEDRA
INNOVACIÓ
EMPRESA

Universitat Rovira i Virgili

Edita:
Publicacions URV

ISBN: 978-84-8424-884-2

Publicacions de la Universitat Rovira i Virgili:
Av. Catalunya, 35 - 43002 Tarragona
Tel. 977 558 474
www.publicacionsurv.cat
publicacions@urv.cat

Mesurant la cultura i la creativitat: una comparativa de les capitals de comarca tarragonines

Eva Coll-Martínez: eva.coll-martinez@sciencespo-toulouse.fr

Université Toulouse Capitole 1– Sciences Po Toulouse

Laboratoire LEREPS - Manufacture des Tabacs

21 Allée de Brienne, 31015 Toulouse Cedex 06, France

Resum:

En aquest article s'examina el rol de la cultura com a recurs per al desenvolupament local. Per fer-ho, es proposa la construcció d'un índex compost de ciutats creatives i culturals (ICCC) que reuneix 27 indicadors de les 10 capitals de comarca de la província de Tarragona. La construcció d'aquest índex es basa en el Monitor de ciutats culturals i creatives (Cultural and Creative Cities Monitor, CCCM) proposat per la Comissió Europea el 2017. L'ICCC mesura la presència i l'atractiu d'espais i equipaments culturals (vitalitat cultural), la capacitat de la cultura per generar llocs de treball i innovació (economia creativa) i les condicions que faciliten la generació de processos creatius (entorn habilitador). Els resultats mostren que els actius culturals i creatius es distribueixen de manera heterogènia entre les diverses capitals tarragonines. En particular, trobem que les ciutats menys poblades semblen tenir, de mitjana, més equipaments i béns culturals per habitant que les ciutats més poblades. Aquests resultats ofereixen a les autoritats locals l'oportunitat de dissenyar estratègies de desenvolupament adaptades a cada cas segons les fortaleses i debilitats en cadascuna de les dimensions analitzades.

Paraules clau: economia creativa, ciutats creatives i culturals, desenvolupament local, índexs compostos, Tarragona, Catalunya

1. Introducció

El difús concepte de creativitat s'ha convertit en un dels temes més rellevants en diversos camps de recerca durant els vint darrers anys. Si bé els orígens d'aquesta literatura es poden trobar en l'anàlisi de les indústries culturals (Throsby, 2001; Benhamou, 2001; Towse, 2003), més tard l'interès es va redirigir cap a l'estudi de les indústries creatives (IC) (Cunningham, 2002), que són les que produeixen i comercialitzen serveis i productes creatius.

L'interès creixent en les IC deriva de la necessitat que tenen els governs de redirigir les seves economies i societats cap a la creativitat per tal de respondre als continus avenços tecnològics, a la crisi econòmica dels sectors tradicionals i als nous patrons de consum en un món cada vegada més globalitzat (UNCTAD, 2010). En aquest context econòmic nou, els responsables polítics han vist les IC com a noves fonts de creixement, competitivitat i desenvolupament econòmic locals pel paper que tenen en la reconfiguració de la innovació i la indústria (Evans, 2009; Comissió Europea, 2010; UNCTAD, 2010; Potts, 2011). Tot i que hi ha altres activitats econòmiques que també poden comportar un creixement econòmic i competitivitat a través de la innovació (Lee, 2014; Pareja-Eastaway, 2016), les IC es caracteritzen per una major adaptabilitat al canvi i a les noves demandes i per una propensió més elevada a la destrucció creativa (Potts, 2011), la qual cosa les converteix en una eina política important a tenir en compte en plantejar-se els nous reptes derivats d'aquest nou paradigma econòmic.

La cultura ha esdevingut, doncs, una resposta política crucial per fomentar l'atractiu local, la innovació i la cohesió social de les polítiques públiques en tots els àmbits territorials (Evans, 2009). No obstant això, a la pràctica, la implementació d'estratègies de desenvolupament basades en la cultura continua sent un repte, principalment a causa del caràcter multidimensional que la caracteritza, ja que abraça diferents dominis de l'economia, la societat i la vida dels individus. D'aquesta forma, les accions orientades a la cultura requereixen comprendre-la completament i, per tant, cal dissenyar polítiques públiques basades en una anàlisi multidimensional del problema. L'anàlisi òptima de la cultura i la creativitat hauria d'ajudar a mesurar els diversos conjunts de recursos culturals que es poden mobilitzar amb finalitats de desenvolupament, així com

els diversos impactes que poden tenir en l'economia i la societat. A partir d'aquest plantejament ens preguntem quins contextos urbans són més vitals culturalment, en quins la cultura està fortament associada a la generació de les economies creatives i en quines condicions és òptim el vincle ciutat-cultura. En absència d'un un marc d'anàlisi adequat, és probable que el valor afegit de la cultura per a les ciutats i les seves àrees d'influència continuï sent un element al qual es dona cada vegada menys importància, per la qual cosa els pressupostos culturals continuen reduint-se progressivament.

La manca d'eines d'avaluació adequades en aquest camp s'explica bàsicament per dos motius. D'una banda, la dificultat per definir i delimitar el concepte de cultura, ateses tant la complexitat de la producció cultural i dels seus processos de consum com l'heterogeneïtat dels agents que hi estan implicats. I de l'altra, la manca de dades adients que puguin garantir la correcta comparació entre territoris. Així doncs, amb aquest treball es pretén contribuir al mesurament de la cultura i la creativitat locals de les capitals de comarca de Tarragona apostant per un enfocament multidimensional que parteix de la proposta del Monitor de ciutats culturals i creatives (CCCM) proposat per la Comissió Europea (2017, 2019). El CCCM reuneix un seguit d'indicadors de cultura seleccionats per a 168 ciutats de 30 països europeus, que posteriorment s'agreguen per a la construcció d'un índex de ciutats creatives (índex C3) com a mesura sintètica de rendiment.

Entre les ciutats incloses en l'anàlisi de la Comissió Europea, només hi trobem tres ciutats catalanes —Barcelona, Terrassa i Lleida—, que han estat seleccionades pel seu compromís amb la promoció de la cultura i la creativitat a partir de les dades recollides a la base de dades Urban Audit d'Eurostat. Per tant, malgrat la riquesa del patrimoni cultural i la situació geogràfica òptima de la província de Tarragona (Arauzo-Carod, 1999), les ciutats tarragonines no estan representades en el projecte CCCM.

Aquest treball examina el rol de la cultura com a recurs per al desenvolupament local a les capitals de comarca de la província de Tarragona. Per fer-ho, es proposa la construcció d'un índex compost de ciutats creatives i culturals (ICCC) basat en 27 indicadors de les 10 capitals de comarca. L'ICCC mesura la presència i l'atractiu d'espais i instal·lacions culturals (vitalitat cultural), la

capacitat de la cultura per generar llocs de treball i innovació (economia creativa) i les condicions que permeten els processos creatius (entorn habilitador). Els resultats mostren que els actius culturals i creatius es distribueixen de manera heterogènia entre les diverses capitals tarragonines. En particular, trobem que les ciutats menys poblades semblen tenir, de mitjana, més equipaments i béns culturals per habitant que les ciutats més poblades. Aquests resultats, doncs, ofereixen a les autoritats locals l'oportunitat de dissenyar estratègies de desenvolupament adaptades a cada cas segons les fortaleeses i debilitats en cadascuna de les dimensions analitzades.

La resta d'aquest treball s'articula de la manera següent: a la secció 2 s'ofereix una breu revisió de la literatura sobre les múltiples relacions que uneixen cultura i desenvolupament local; a la secció 3 s'especifiquen els passos metodològics que condueixen a la construcció de l'ICCC; a la secció 4 es presenten i es discuteixen els resultats; i, finalment, a la secció 5 es debat sobre la utilitat, les implicacions i les limitacions de l'ICCC amb l'objectiu d'orientar millor els esforços d'inversió local.

2. El concepte i la mesura de l'economia creativa

La creixent importància de les IC ha quedat reflectida en l'augment del nombre de publicacions sobre aquest tema en diverses àrees d'estudi (Lazzeretti et al., 2017), entre les quals una de les més importants és la localització espacial de les IC (Cooke i Lazzeretti, 2007; O'Connor, 2010; Chapain i Communian, 2010; Coll-Martinez, 2017). La majoria d'aquestes contribucions se centren en l'anàlisi espacial de la creativitat i en els factors que n'expliquen la concentració (Lazzeretti et al., 2008; De Propriis et al., 2009; Bakhshi et al., 2013; Sánchez-Serra, 2016; Gong i Hassink, 2017). Tanmateix, altres autors han investigat el vincle entre l'aglomeració de les IC i el desenvolupament local (Foord, 2009; De Miguel-Molina et al., 2012).

Simultàniament al concepte d'economia creativa, s'ha desenvolupat el concepte de ciutat creativa. Les pautes d'aglomeració de les empreses creatives s'han analitzat àmpliament i s'ha demostrat que les IC tendeixen a agrupar-se en llocs específics, sobretot en ciutats (Lazzeretti et al., 2012; Maskell i Lorenzen, 2004,

entre d'altres). Les ciutats creatives representen un centre urbà complex, seu de diverses activitats creatives i culturals, que constitueix una part important del funcionament social i econòmic de la ciutat (Landry, 2012) i de la vida econòmica i social que acull. Les ciutats són, de fet, indrets on s'estableixen interrelacions humanes denses i on la cultura és símbol dels valors i de les característiques locals (Scott, 2001; Cooke & Lazzeretti, 2007). Així, la cultura es converteix en una autèntica forma de capital (Throsby, 2001), en certa manera dependent de la història i dels valors del municipi, que contribueix a la definició de la ciutat com un entorn únic amb característiques pròpies. En aquest sentit, la capacitat d'un municipi per atreure i retenir individus creatius depèn fonamentalment de la història urbana i de determinats factors intrínsecs al territori que configuren la identitat particular del municipi (Landry, 2000; Florida, 2002; Scott, 2006; Coll-Martínez, 2019).

Arran de la creixent importància de les ciutats creatives, han aparegut diverses iniciatives que n'impulsen el desenvolupament, entre les quals es troba la Xarxa de Ciutats Creatives, fundada per la UNESCO el 2004, que té com a finalitat promoure el desenvolupament de clústers creatius arreu del món. Les característiques clau de les ciutats creatives són les següents: permeten la interacció i l'obertura en tots els àmbits del funcionament de la ciutat, promouen interaccions innovadores amb cúmuls de coneixement que poden conduir a sinergies i resultats no esperats, i fomenten el desenvolupament d'universitats creatives que col·laboren amb clústers innovadors i hi participen. Un dels darrers fòrums de la Xarxa de Ciutats Creatives es va celebrar a la ciutat de Tarragona el 2018 en el marc del congrés mundial Smart City Expo.

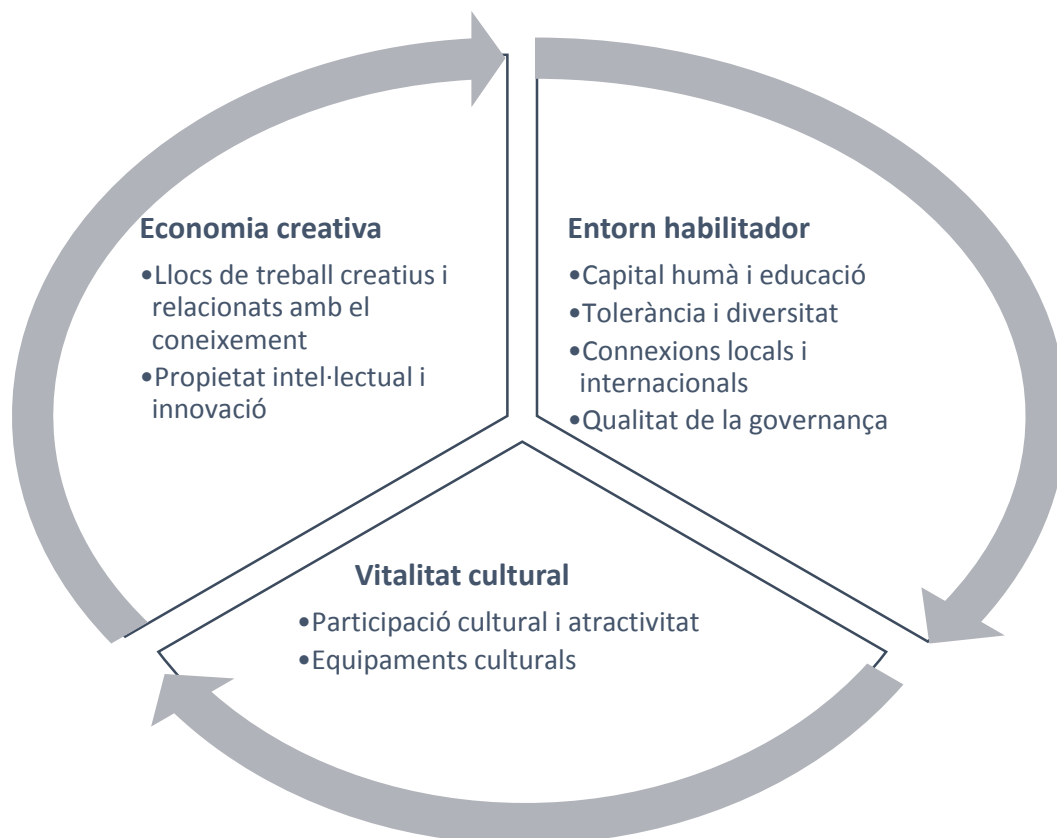
En el cas de Catalunya, trobem l'elecció de la Capital de la Cultura Catalana, que s'adreça a tot el domini lingüístic i cultural català. L'Organització Capital de la Cultura Catalana, impulsada per la societat civil el 1998, té com a objectius ampliar la difusió, l'ús i el prestigi social de la llengua i cultura catalanes; incrementar la cohesió cultural dels territoris de llengua i cultura catalanes, i promocionar i projectar el municipi designat com a Capital de la Cultura Catalana, tant a l'interior com a l'exterior. Amposta, Tarragona i Reus han rebut aquesta designació en els darrers anys.

Arran d'aquest creixent interès, diverses institucions i investigadors han intentat quantificar aquest fenomen en l'àmbit urbà amb la construcció de diversos índexs que mesuren el nivell de cultura i creativitat dels territoris. Entre els més rellevants destaquen l'índex creatiu de Florida (2002), el Euro-Creativity Index, l'índex creatiu de Hong Kong, l'índex creatiu txec, l'Índex Compost de l'Economia Creativa, el European Creativity Index, l'índex de creativitat de Baltimore, l'índex de ciutat creativa de Landry i el Global Creative Index (Bowen et al., 2008; Landry, 2012; Hartley et al., 2012; Correia, 2014). La majoria d'aquests índexs es basen en la popular teoria de les 3T: talent, tecnologia i tolerància (Florida, 2002). Segons aquesta teoria, hi ha algunes àrees amb alts nivells de tecnologia, talent i tolerància que actuen com a pols per a la classe creativa perquè ofereixen un entorn que atrau activitats creatives i treballadors altament qualificats. Amb aquest marc, les ciutats s'han de centrar no només en la construcció d'infraestructures i la localització d'activitats industrials, sinó també en la captació d'individus amb talent. Les ciutats amb un nombre més elevat d'artistes, músics, professors, científics, treballadors de l'alta tecnologia, estrangers, homosexuals i bohemis tindran nivells més alts de desenvolupament econòmic (Florida, 2002). Les extensions de la teoria han incorporat un quarta T que fa referència a les infraestructures dels territoris, és a dir, a instal·lacions territorials, infraestructurals i comunitàries com universitats, xarxes de subministrament d'aigua, xarxes de transport (ferrocarril i aeroports), etc. (Acs i Zegyesi, 2009; Marlet i Van Woerkens, 2004).

Tot i que aquesta teoria pot ser un bon punt de partida per mesurar la creativitat, en general els indicadors estadístics que s'utilitzen només permeten explicar una part de la història, ja que no capturen la naturalesa multidimensional de la cultura. Des de mitjan anys 70, els indicadors relacionats amb la cultura han estat objecte d'estudi per part de diversos investigadors (Ortega-Villa i Ley-Garcia, 2018). Paral·lelament, diverses organitzacions internacionals com la UNESCO o la Comissió Europea han dut a terme grans esforços per harmonitzar les estadístiques culturals en l'àmbit internacional (UNESCO, 2012; Comissió Europea, 2012). No obstant això, mesurar la cultura en l'àmbit urbà continua sent l'assignatura pendent. La majoria d'indicadors existents es focalitzen en la dimensió econòmica de la cultura, mentre que, per tal de comprendre'n i

capturar-ne l'impacte local, cal tenir en compte altres dimensions que van més enllà.

Figura 1. El marc conceptual del Monitor de ciutats culturals i creatives (Comissió Europea, 2017)



Una de les darreres propostes per mesurar l'economia creativa de les ciutats tenint en compte totes aquestes dimensions és el Cultural and Creative Cities Monitor (Comissió Europea, 2017; Montalto, et al., 2019). Aquesta eina avalua l'acompliment pel que fa a cultura i creativitat de 168 ciutats (93 capitals europees de la cultura, 22 ciutats creatives de la UNESCO i 53 ciutats d'acollida) en 20 països de la Unió Europea mitjançant la construcció d'un índex compost basat en més de 200 indicadors que provenen d'estadístiques quantitatives i qualitatives públiques i privades, i que se sintetitzen en tres dominis o sub-índexs resumits de la manera següent (vegeu també la figura 1):

- Tenint en compte que el conjunt d'equipaments culturals i activitats i la participació ciutadana en la cultura tenen efectes importants sobre les identitats urbanes i la qualitat de vida, la primera dimensió de l'índex pretén mesurar algunes de les manifestacions més tangibles de la cultura a fi de captar el que els estudiosos anomenen la "vitalitat cultural" d'un lloc. A partir de la definició de vitalitat cultural proposada per Jackson, Kabwasa-Green i Herranz (2006), la dimensió Vitalitat cultural proporciona dos grups principals d'indicadors: el primer mesura la disponibilitat d'equipaments culturals —per tant, captura principalment l'aspecte tangible i físic de la cultura (Throsby, 2001) —, mentre que el segon mesura la participació ciutadana en l'oferta cultural del municipi —per tant, està relacionat amb la capacitat d'aquests llocs per atraure públic—.
- Atès que les interrelacions entre la cultura local i les activitats econòmiques urbanes són cada cop més evidents, la dimensió Economia creativa vol mesurar la contribució de la cultura a l'economia d'una ciutat. El Fòrum Econòmic Mundial (2016) ha determinat cinc factors clau en el desenvolupament d'economies creatives: la proximitat amb l'àmbit acadèmic, la creació de centres de recerca i culturals, l'existència d'habilitadors tecnològics, la presència d'empresaris reeixits i la disposició de lleis i regulacions eficients. Aquesta dimensió agrupa diversos indicadors, com ara el nombre de llocs de treball o la capacitat innovadora de les ciutats, que permeten capturar aquestes sinèrgies (Throsby i Zednik, 2007; Van Der Pol, 2007).
- Com que s'espera que les ciutats ofereixin unes condicions especialment favorables per al desenvolupament d'ambients culturals que generin economies creatives (Landry i Bianchini, 1995; Van Der Borg, Russo, Lavanga i Mingardo, 2005), la dimensió Entorn habilitador captura algunes d'aquestes condicions, com ara la presència d'universitats d'alta qualitat, la disponibilitat de diferents tipologies de mitjans de transport, el nivell de diversitat i la tolerància i confiança locals. Per exemple, la presència d'universitats pot ser un element crucial per generar coneixement (Wolfe, 2005), per atraure individus altament qualificats (Benneworth, Charles, i Madanipour, 2010) i per fomentar la innovació i el desenvolupament territorial i de l'emprenedoria (Smith, 2007; Fritsch i Slavtchev, 2007). A

més a més, hi ha aspectes geogràfics que són clau per facilitar la mobilitat (Castells, 2000; Cooke, 2001) i l'accessibilitat als coneixements i mercats locals i internacionals (Lorentzen, 2007; Palhares, 2003; Van Truong i Shimizu, 2017).

Aquest treball adapta la proposta de la Comissió Europea al cas de les principals ciutats tarragonines segons la rellevància i la disponibilitat de les dades.

3. Construcció de l'índex de capitals creatives i culturals

Per tal de dur a terme una anàlisi comparativa de les capitals de comarca de la província de Tarragona en termes de creativitat i cultura, hem construït un índex compost de capitals culturals i creatives (ICCC) seguint de prop les directrius que es proporcionen al *Manual de construcción de indicadores compuestos* de l'OCDE-JRC (OCDE-JRC, 2008) i al document *The Cultural and Creative Cities Monitor* proposat per la Comissió Europea l'any 2017.

Un índex compost és una metodologia que permet avaluar i sintetitzar el rendiment de països o territoris de manera senzilla i multidimensional. A la pràctica, la finalitat de construir d'un índex compost és el seguiment i l'avaluació, la transferència de polítiques públiques i la generació de rànquings (OCDE-JRC, 2008). En aquest sentit, aquests índexs s'utilitzen cada cop més en el *benchmarking* territorial (Saltelli, 2007) perquè proporcionen comparacions senzilles entre unitats territorials (per exemple, països, regions, departaments, etc.). El *benchmarking* territorial pretén ajudar els actors locals a prendre decisions estratègiques tenint en compte la posició relativa d'un territori respecte dels altres.

Tanmateix, un índex senzill d'entendre i analitzar és difícil d'elaborar. Construir-lo requereix diverses opcions que, en certa mesura, són arbitràries, com ara la selecció de variables, els mètodes d'agregació, la normalització i la ponderació que s'aplicarà (Bovar et al., 2008; Becker et al., 2017).

La construcció de l'ICCC es porta a terme en tres etapes. En primer lloc, se seleccionen les variables representatives de les tres dimensions identificades en funció, d'una banda, de la rellevància que tenen respecte de la dimensió en

qüestió, i de l'altra, de la disponibilitat de dades municipals de la província de Tarragona. En segon lloc, s'estandarditzen i es normalitzen les dades abans d'agregar-les, ja que els diferents indicadors solen tenir unitats diferents i es defineixen en diferents escales. En aquest sentit, gairebé tots els indicadors es van dividir per la població de ciutats a fi de permetre una comparació significativa entre ciutats.

Existeixen diversos mètodes de normalització (OCDE-JRC, 2008). El mètode Min-Max implica prendre els valors mínims i màxims observats a fi de formar una escala, de manera que tinguin un rang de 0 a 100. Després cal restar de l'indicador el seu valor mínim i dividir-lo pel rang de valors de l'indicador. Es dona un valor de 100 al valor desitjat més alt i 0 al més baix. L'avantatge principal d'aquest mètode és la capacitat de calibrar el rendiment en funció del millor i el pitjor rendiment, mentre que el principal inconvenient és la necessitat de recalibrar quan s'afegeixen dades addicionals. Els mètodes alternatius són la distància respecte de la referència i l'estandardització. L'inconvenient principal del primer és que els resultats obtinguts poden ser molt sensibles al punt de referència triat, mentre que el principal problema de la normalització és que la mida de la mostra ha de ser bastant gran i cal recalculer-la quan s'afegeixen dades noves. Amb tot, el mètode Min-Max és el més utilitzat (ANG et al., 2015) i el millor enfocament per a la naturalesa de les nostres dades, per la qual cosa hem decidit utilitzar-lo.

L'últim pas de la construcció de l'índex és la ponderació i l'agregació dels indicadors normalitzats. Hem escollit conformar-lo a la pràctica comuna i hem fet una agregació additiva (mitjana aritmètica) assignant una ponderació en funció dels criteris seguits per la Comissió Europea.

Tots els indicadors utilitzats, així com les definicions, les fonts i els pesos aplicats es resumeixen a les taules 2 i 3. L'any de referència difereix segons les variables de disponibilitat de dades, i sempre s'han utilitzat les dades disponibles més recents.

Taula 2. Descripció dels indicadors

Indicador	Descripció	Any	Font
Subíndex 1	Vitalitat Cultural		
Dimensió 1.1	Equipaments culturals		
Béns culturals d'interès nacional	Béns culturals d'interès nacional com, per exemple, monuments, jardins o edificis històrics, entre d'altres, declarats per la Generalitat de Catalunya per miler d'habitants.	2015	IDESCAT
Museus	Nombre de museus oberts al públic per miler d'habitants.	2016	IDESCAT
Cinemes	Aforament dels cinemes per miler d'habitants.	2016	IDESCAT
Teatres	Nombre de teatres per miler d'habitants.	2016	IDESCAT
Dimensió 1.2	Participació cultural		
Visites a museus	Nombre de visitants a museus en un any per miler d'habitants.	2018	Departament de Cultura, Generalitat de Catalunya
Espectadors al cinema	Nombre d'espectadors als cinemes en un any per miler d'habitants.	2016	IDESCAT
Associacions culturals	Nombre d'associacions culturals per miler d'habitants.	2016	IDESCAT
Subíndex 2	Economia creativa		
Dimensió 2.1	Ocupació creativa		
Llocs de treball en activitats artístiques, culturals i de l'entreteniment	Nombre d'ocupats en sectors artístics i culturals respecte del total d'ocupats.	2011	IDESCAT
Llocs de treball en activitats audiovisuals	Nombre d'ocupats en sectors de la indústria audiovisual (com la televisió, els serveis editorials, el cinema o la ràdio) respecte del nombre total d'ocupats.	2011	IDESCAT
Llocs de treball en altres activitats creatives	Nombre d'ocupats en altres sectors creatius (com l'arquitectura, el disseny, les activitats científiques i de recerca o la fotografia) respecte del total d'ocupats.	2011	IDESCAT
Dimensió 2.2	Innovació i emprenedoria		
Sol·licituds de patents	Nombre mitjà de sol·licituds de patents en tres anys presentades a l'Oficina Europea de Patents (OEP) per any prioritari per miler d'habitants.	2011	OEP
Campus universitaris	Nombre de campus universitaris per miler d'habitants.	2018	Elaboració pròpia
Espais de cotreball	Nombre d'espais de <i>cotreball</i> per miler d'habitants.	2018	Cowocat
Empreses emergents en indústries TIC i creatives	Nombre d'empreses emergents creades entre 2007 i 2017 en indústries emergents associades a les TIC i a les indústries creatives per miler d'habitants.	2007-2017	ACCIO
Subíndex 3	Entorn habilitador		
Dimensió 3.1	Capital humà i educació		
Estudiants en activitats artístiques, culturals i de l'entreteniment	Nombre d'estudiants matriculats en estudis universitaris associats a les arts i les humanitats per miler d'habitants.	2013	AQU
Estudiants en TIC	Nombre d'estudiants matriculats en estudis universitaris associats a les tecnologies de la informació i de la comunicació (TIC) per miler d'habitants.	2013	AQU
Escoles d'arts i disseny	Nombre d'escoles d'arts i disseny per miler d'habitants.	2018	Elaboració pròpia

Taula 2. Descripció dels indicadors (continuació)

Indicador	Descripció	Any	Font
Dimensió 3.2	Tolerància i diversitat		
Població estrangera	Nombre d'habitants estrangers respecte del total de la població.	2018	IDESCAT
Població homosexual	Nombre de parelles homosexuals respecte del total de parelles censades al municipi.	2011	INE
Dimensió 3.3	Accessibilitat		
Distància a l'aeroport de Reus	Distància mitjana en minuts per carretera fins a l'aeroport de Reus.	2018	Elaboració pròpia
Distància a Barcelona	Distància mitjana en minuts per carretera fins a Barcelona.	2018	Elaboració pròpia
Trens directes cap a altres ciutats	Nombre mitjà de sortides de trens cap a altres ciutats entre les 6 i les 20 hores per miler d'habitants.	2018	Elaboració pròpia (Renfe)

Taula 3. Índex de ciutats culturals i creatives: marc conceptual, indicadors i pesos

Pes	Subíndex	Pes	Dimensions	Indicador		
40%	1. Vitalitat cultural	50%	1.1. Equipaments culturals	Béns cultural d'interès nacional		
				Museus		
				Cinemes		
				Teatres		
		50%	1.2. Participació cultural	Visites a museus		
				Espectadors al cinema		
40%	2. Economia creativa	60%	2.1. Ocupació creativa	Llocs de treball en activitats artístiques, culturals i de l'entreteniment		
				Llocs de treball en activitats audiovisuals		
				Llocs de treball en altres activitats creatives		
		40%	2.2. Innovació i emprenedoria	Sol·licituds de patents		
				Campus universitaris		
				Espais de cotreball		
				Empreses emergents en indústries TIC i creatives		
		20%	3. Entorn habilitador	40%	3.1. Capital humà	Estudiants en activitats artístiques, culturals i de l'entreteniment
						Estudiants en TIC
Escoles d'arts i disseny						
30%	3.2. Tolerància i diversitat			Població estrangera		
				Població homosexual		
30%	3.3. Accessibilitat			Distància a l'aeroport de Reus		
				Distància a Barcelona		
				Trens directes cap a altres ciutats		

Nota: La ponderació de la dimensió per a cada ciutat es calcula a partir de la mitjana simple de tots els seus indicadors normalitzats subjacents. Dins de cada dimensió, s'assigna una ponderació igual a 1 a cada indicador.

Les ponderacions (taula 3) es van obtenir fent servir el mètode d'assignació pressupostària (OCDE-JRC, 2008) utilitzat en la construcció de l'índex de ciutats culturals i creatives proposat per la Comissió Europea (2019). Es va tenir en compte l'opinió d'un grup d'experts sobre el marc conceptual per assignar punts als tres dominis generals i a les seves dimensions subjacents (una ponderació més elevada implica una major importància de la dimensió o del domini.)

Tanmateix, no tots els dominis es poden posar en el mateix nivell, sobretot quan s'inclouen indicadors per a representacions més estrictes però falten variables relacionades amb la cultura. És per això que els experts van idear una estructura de ponderacions pensada per reflectir la importància primària (política) atribuïda a la vitalitat cultural i a la seva connexió amb l'economia creativa. En altres paraules, l'estructura de ponderacions resultant pretén estimular més inversions en la cultura i la creativitat com a motors d'un desenvolupament i creixement sostenibles. Per aquest motiu, es va assignar una ponderació del 20% a la dimensió Entorn habilitador i del 40% a les altres dues (Vitalitat cultural i Economia creativa). La dimensió de la innovació i empenedoria dins del domini de l'economia creativa només rep el 40% del pes total per tal de compensar el fet que totes les sol·licituds de patents, les empreses emergents o espais de cotreball poden estar associades a altres indústries més enllà de les creatives o les TIC. A diferència de les ponderacions atorgades pels experts en la construcció de l'índex de ciutats culturals i creatives proposat per la Comissió Europea, en aquest estudi s'han modificat lleugerament les ponderacions de les dimensions del domini Entorn habilitador a causa de la falta d'indicadors que capturen la qualitat de la governança i la tolerància dels individus en l'àmbit municipal a Tarragona.

Per provar la consistència interna dels 22 indicadors, calculem la correlació de Pearson. En general, els resultats revelen que l'estructura de l'ICCC és coherent amb el seu marc conceptual: la majoria de correlacions dels indicadors subjacents amb els respectius indicadors de cadascuna de les dimensions és bona i positiva ($> 0,5$). També hem fet proves de robustesa comprovant la sensibilitat dels resultats a les hipòtesis plantejades. Així doncs, s'observa com les ciutats que obtenen les primeres posicions en cadascun dels 3 subíndexs i en l'ICCC són robustes als canvis en els pesos adjudicats i al mètode de normalització.

4. Resultats

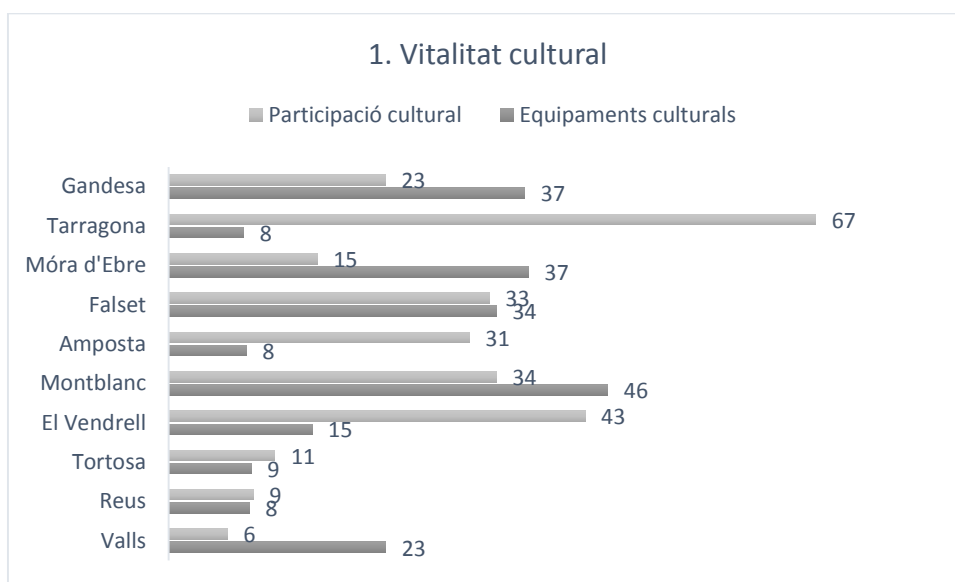
En aquesta secció s'examina i es compara la situació en termes de cultura i creativitat de les capitals de comarca de Tarragona utilitzant els resultats de l'ICCC i considerant les tres dominis: Vitalitat cultural, Economia creativa i Entorn habilitador. Val a dir que l'objectiu d'aquest treball no és establir relacions causals, sinó explorar i detectar els possibles punts forts i dèbils de les capitals tarragonines, així com avançar algunes explicacions basades en arguments predominants a la literatura. Els resultats de l'ICCC i dels tres dominis considerats es mostren a la taula 3.

En primer lloc, tal com s'ha comentat anteriorment, la cultura és un fenomen essencialment urbà. Per tant, la recerca sobre cultura i creativitat s'ha centrat principalment a les capitals i a les principals àrees metropolitanes. Només recentment l'interès acadèmic s'ha estès a l'anàlisi dels béns (culturals) i de les economies creatives en zones urbanes més petites (Denis-Jacob, 2012; Lorentzen i Van Heur, 2012; Miles, 2006; Waitt i Gibson, 2009). Mentre que les ciutats més grans solen gaudir d'un patrimoni cultural més extens, la literatura recent demostra que també es poden identificar recursos culturals a les ciutats més petites. Kresl i Ietri (2016), per exemple, argumenten que les ciutats més petites poden tenir avantatges importants si es tenen en compte factors com una qualitat de vida elevada, els recursos educatius i el nombre de béns culturals per càpita, entre d'altres.

Partint d'aquests treballs, la primera hipòtesi que ens plantejem és que es poden trobar nivells elevats de vitalitat cultural, mesurada pel CCCM, en diferents tipologies de ciutats, però sobretot a les grans ciutats. No obstant això, si comprovem els resultats a la taula 3 (columna 4) i a la figura 2, veiem que aquesta pauta no es compleix totalment en el cas de les capitals tarragonines. Malgrat que Tarragona obté el segon valor més elevat (37,49), seguida molt de prop per Falset i Gandesa, Montblanc és el municipi que obté el primer. Aquest resultat, tot i que pugui semblar sorprenent, s'explica per l'elevat nombre de béns culturals d'interès nacional que tenen aquests municipis i, sobretot, pel fet que els indicadors utilitzats han estat calculats en unitats per càpita per tal de permetre la comparació directa entre les capitals de comarca, que són força

divergents en termes econòmics i de població. D'aquesta manera, els municipis menys poblats són els que disposen de més equipaments culturals per miler d'habitants.

Figura 2. Resultats de la dimensió Vitalitat cultural

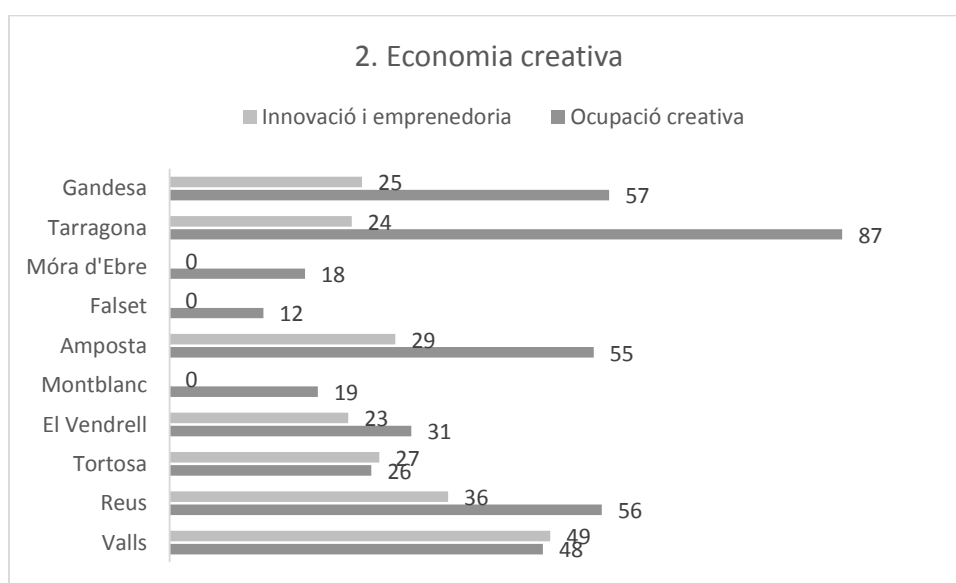


En segon lloc, l'evidència empírica recent mostra una forta correlació entre nivells més alts de densitat i concentració d'indústries creatives. Les indústries creatives es caracteritzen per una tendència concentrar-se a l'espai (Boix, Hervás-Oliver i De Miguel-Molina, 2015; Cooke i Lazzeretti, 2007; Lazzeretti, Boix i Capone, 2008) per tal d'aprofitar de l'existència d'economies d'aglomeració, definides com els avantatges derivats de la concentració espacial de llocs de treball i empreses (Coll-Martínez, 2019; Coll-Martínez et al., 2019; Lorenzen i Frederiksen, 2008). És a les zones més poblades i més dinàmiques on les empreses i els treballadors creatius aprofiten més aquests avantatges, ja que la proximitat geogràfica facilita la difusió del coneixement i de les idees entre els diferents agents i indústries. Coll-Martínez i Arauzo-Carod (2017), en un estudi dels municipis de Catalunya, demostren que els municipis especialitzats en indústries creatives són més dinàmics a l'hora de crear projectes i empreses en tots els sectors d'activitat. A més, Coll-Martínez (2019) assenyala que la productivitat de les empreses creatives està estretament associada amb la

proximitat del capital humà especialitzat i els espais de treball col·laboratiu. Així doncs, podem suposar que els municipis més importants, tant en termes econòmics com de població, són les ciutats, que haurien de comptar amb uns millors resultats pel que fa a la dimensió Economia creativa.

Aquesta hipòtesi es confirma amb els resultats de la taula 4 (columna 7) i a la figura 3, ja que les ciutats més poblades obtenen una puntuació més elevada en la dimensió Economia creativa. La puntuació més alta és per a la ciutat de Tarragona (61,84), seguida de les ciutats de Valls (48,86) i Reus (48,14). Aquests resultats es poden explicar en termes culturals, històrics i econòmics, però també en termes metodològics. Si ens fixem en els valors dels indicadors que es tenen en compte en aquesta dimensió, veurem com Reus i Tarragona són capdavanteres pel que fa a llocs de treball en sectors creatius, mentre que el bon resultat de Valls s'explica, sobretot, pel nombre de patents sol·licitades per les seues de les empreses internacionals localitzades al seu polígon industrial. Igual que en el cas de la dimensió Vitalitat cultural, el fet de definir els indicadors en termes per càpita implica que, tot i que les ciutats de Tarragona i Reus són les capdavanteres en el nombre d'espais de cotreball i de d'empreses emergents en sectors emergents, queden per sota de ciutats com Amposta, Valls o Gandesa quan es té en compte la dimensió de la població.

Figura 3. Resultats de la dimensió Economia creativa



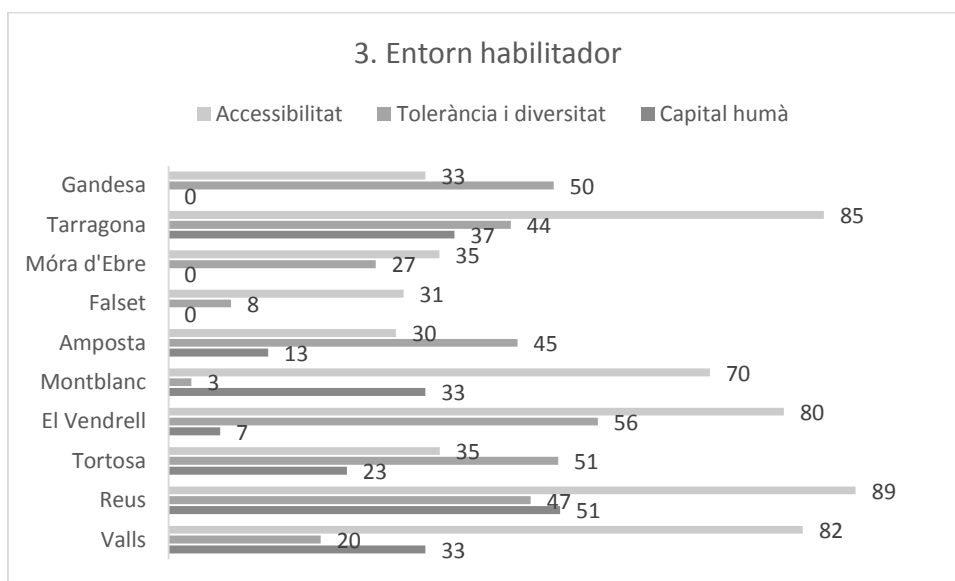
En tercer lloc, entenem que la presència de factors habilitadors, tal com es consideren en la construcció de l'ICCC, no hauria de tenir una relació sistemàtica amb la dimensió dels municipis. Això es deu principalment a la diversitat dels indicadors considerats per a la construcció del domini Entorn habilitador, que combina indicadors objectius (com ara el nombre d'estudiants en disciplines creatives o artístiques) amb d'altres que, tot i tenir una naturalesa objectiva, són una aproximació d'indicadors subjectius sobre l'obertura, la tolerància o la diversitat (com ara el nombre de parelles homosexuals entre la població). En aquest sentit, podem esperar resultats diversos en el cas del domini Entorn habilitador. És evident, per exemple, que els municipis més poblats i dinàmics econòmicament compten amb la presència de més campus universitaris que els menys poblats. Segons Kresl i Ietri (2016), la presència de les universitats és un avantatge específic més per a les ciutats petites que per a les grans. Val a dir, però, que en el context de Tarragona aquests avantatges són encara més rellevants si tenim en compte que la Universitat Rovira i Virgili és present al llarg del territori i té un paper clau en la formació de capital humà adaptada a les necessitats socials i econòmiques de les comarques tarragonines.

Pel que fa a l'obertura, la diversitat i la tolerància, l'evidència és divergent. Les grans ciutats, de fet, poden presentar nivells més alts de diversitat i tolerància, tal com han observat Paas i Halapuu (2012), a causa del major nombre d'oportunitats de contacte presencial (McLaren, 2003). Tot i això, en ciutats més petites es poden trobar nivells més elevats de confiança generalitzada a causa d'un sentit més fort de la comunitat. Estudis previs mostren que els nivells de confiança locals són inversament proporcionals a la densitat de població (Glaeser et al., 2001).

Finalment, pel que fa a l'accessibilitat i als mitjans de transport, les ciutats més grans, tant en termes econòmics com de població, en general estan més ben comunicades a causa de les polítiques nacionals i les inversions en infraestructures, que normalment prioritzen els territoris més densament poblats. La província de Tarragona gaudeix d'una posició geogràfica òptima i disposa d'un conjunt d'infraestructures de transport que la poden connectar nacionalment i internacionalment; en canvi, les connexions intermunicipals són més limitades.

Els resultats del subíndex Entorn habilitador (vegeu la columna 11 de la taula 4 i la figura 4) donen suport a la tercera de les hipòtesis plantejades. Tal com s'esperava, els municipis que obtenen una millor puntuació són Reus (61,20) i Tarragona (53,69), ja que registren bons resultats en les tres dimensions considerades dins del subíndex (capital humà, tolerància i diversitat i accessibilitat). Els segueixen de prop municipis com ara el Vendrell o Valls. Els bons resultats d'aquests municipis s'expliquen, sobretot, en termes d'accessibilitat, ja que gaudeixen de fàcil accés a les principals vies de la xarxa viària de Catalunya, així com de proximitat geogràfica amb Barcelona, l'aeroport de Reus i l'estació del Camp de Tarragona. Per contra, el resultat final del subíndex no permet veure que els nivells de tolerància i diversitat són força superiors en municipis com Amposta o el Vendrell, que disposen d'un nombre de parelles homosexuals i de població estrangera per càpita força superior a la resta.

Figura 4. Resultats de la dimensió Entorn habilitador



Un cop analitzats els resultats de cadascun dels subíndexs que formen part de l'ICCC, examinarem quina és la situació de les capitals de comarca tarragonines en termes de creativitat i cultura a partir dels resultats generals de l'ICCC (taula 3, darrera columna).

A la figura 5 es pot observar com Tarragona registra la millor puntuació de l'índex (50,47) —tal com es podia esperar, ja que és la capital de la província—, seguida

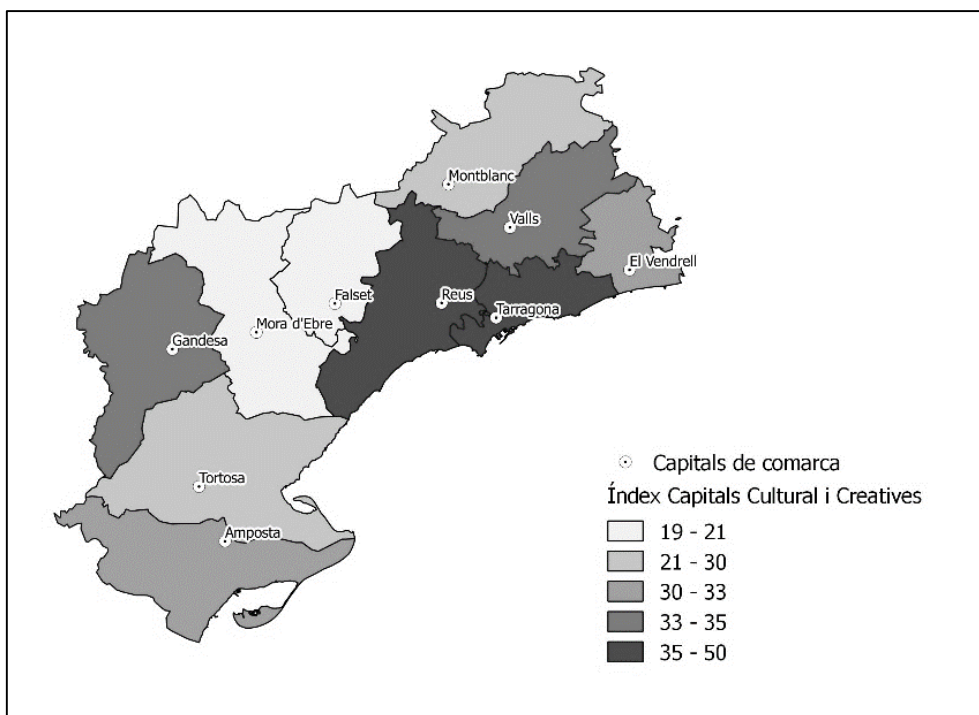
de Reus (34,94). Les dues ciutats són ciutats importants en termes econòmics i en nombre d'habitants. No obstant això, els resultats són relativament sorprenents, ja que ciutats menys poblades, com Gandesa (34,60), registren uns resultats superiors als de municipis que la superen amb escreix en nombre d'habitants, com ara Valls (34,07), el Vendrell (31,55) o Tortosa (21,58). Això s'explica, tal com s'ha dit anteriorment, pel fet de definir la majoria d'indicadors en termes per càpita a fi de facilitar la comparació directa entre els diferents municipis. Tot i això, és un resultat interessant, ja que en certa manera indica que la majoria de capitals de comarca encara tenen molt de marge per oferir i desenvolupar equipaments i factors que facilitin la generació d'ambients creatius i actius culturals que poden beneficiar l'economia local i, al mateix temps, el conjunt del territori.

Així doncs, tot i les dificultats metodològiques lligades al fet de capturar conceptes tan complexos com són la cultura i la creativitat (Tubadji i Nijkamp, 2015; Pareja-Eastaway, 2016), els resultats mostren els punts forts i els punts febles de cadascuna de les capitals de comarca analitzades. Per tant, la identificació d'aquests punts hauria de permetre dissenyar polítiques territorials dirigides a millorar les febleses i potenciar les fortalezes tenint en compte el context de cada comarca i sense perdre de vista la imatge del conjunt de la província. Encara que les grans capitals i àrees metropolitanes són les que normalment predominen en termes de rendiment de l'economia creativa, la literatura existent ha demostrat que la intervenció política adaptada al context local pot evitar, en certa mesura, el determinisme geogràfic (Krugman, 1991). Concretament, en determinades condicions, les polítiques públiques adaptades a les necessitats del territori poden facilitar el desenvolupament de nous centres econòmics més enllà de les capitals (Barberia i Biderman, 2010). Tal com suggereixen Coll-Martinez i Arauzo-Carod (2017), el context estructural de les ciutats petites es podria millorar establint xarxes dedicades a sectors específics en què la comarca pugui tenir certa tradició, així com identificant noves oportunitats basades en els possibles nínxols de mercat. Això es pot fer aprofitant els serveis i les funcions que normalment estan presents a les ciutats més grans, sempre que l'accessibilitat i les comunicacions entre les diferents comarques i amb les principals ciutats estiguin garantides.

Taula 4. Resultats de l'índex de ciutats creatives i culturals

<i>Capital</i>	<i>Equipaments culturals</i>	<i>Participació cultural</i>	<i>Vitalitat cultural</i>	<i>Ocupació creativa</i>	<i>Innovació i emprenedoria</i>	<i>Economia creativa</i>	<i>Capital humà</i>	<i>Tolerància i diversitat</i>	<i>Accessibilitat</i>	<i>Entorn habilitador</i>	<i>Índex de creativitat</i>
<i>Valls</i>	22,55	6,12	14,33	48,48	49,44	48,86	33,33	19,74	82,35	43,96	34,07
<i>Reus</i>	8,40	8,83	8,61	56,13	36,17	48,14	50,84	47,01	89,19	61,20	34,94
<i>Tortosa</i>	8,62	11,06	9,84	26,19	27,24	26,61	23,15	50,58	35,22	35,00	21,58
<i>El Vendrell</i>	14,92	43,26	29,09	31,38	23,21	28,11	6,68	55,72	79,87	43,35	31,55
<i>Montblanc</i>	45,61	34,03	39,82	19,27	0,00	11,56	33,33	2,97	70,28	35,31	27,61
<i>Amposta</i>	8,10	31,25	19,68	55,06	29,31	44,76	12,94	45,30	29,54	27,63	31,30
<i>Falset</i>	34,03	33,33	33,68	12,18	0,00	7,31	0,00	8,12	30,51	11,59	18,71
<i>Móra d'Ebre</i>	37,37	15,45	26,41	17,58	0,00	10,55	0,00	26,88	35,17	18,62	18,51
<i>Tarragona</i>	7,80	67,19	37,49	87,31	23,64	61,84	37,12	44,42	85,07	53,69	50,47
<i>Gandesa</i>	37,00	22,51	29,75	57,08	25,00	44,25	0,00	50,00	33,33	25,00	34,60

Figura 5. Resultats de l'ICCC de les comarques tarragonines en quintils



5. Conclusions

La cultura és una eina clau per aconseguir el desenvolupament inclusiu dels territoris, enfortir vincles socials i fomentar la creativitat i la innovació, a fi d'encarar els nous reptes socials, econòmics i tecnològics en un context econòmic globalitzat cada dia més incert. Malauradament, els factors que permeten desenvolupar-la són difícils de mesurar i comparar. Aquest treball proporciona un marc d'avaluació per comparar el desenvolupament territorial, en termes de cultura i creativitat, de les capitals de les comarques tarragonines pel que fa a la promoció de l'activitat econòmica i el desenvolupament de les ciutats creatives. L'anàlisi es duu a terme a partir de la construcció d'un índex compost de ciutats creatives i culturals (ICCC) basat en un total de 27 indicadors agrupats en tres sub-índexs o dominis: vitalitat cultural, economia creativa i entorn habilitador. A partir dels resultats obtinguts s'analitza i es compara el rendiment de les capitals de comarca en termes de cultura i creativitat per a cadascuna de les dimensions.

L'avaluació del rendiment i el potencial de desenvolupament actuals de les capitals de comarca tarragonines segons les seves característiques permet confirmar les hipòtesis existents sobre la vitalitat cultural, l'economia creativa i l'entorn habilitador. Pel que fa a la vitalitat cultural, els resultats mostren que les capitals més petites sovint presenten bons resultats en termes d'equipaments culturals i participació cultural per càpita, tot i que en nombres absoluts Tarragona i Reus encapçalen les primeres posicions. Aquest resultat implica que ambdues ciutats encara tenen molt de marge per millorar l'oferta i fomentar la participació cultural tenint en compte les seves dimensions i el dinamisme econòmic. Pel que fa a les altres dues dimensions, els resultats confirmen la importància que les economies d'aglomeració tenen en el desenvolupament d'una economia creativa que permeti incentivar la formació de capital humà especialitzat i la creació dels mitjans essencials per al foment d'aquest tipus d'activitats.

En definitiva, els resultats indiquen que les ciutats utilitzen enfocaments diferents i donen suport a aspectes concrets de l'economia creativa. Això significa que se centren principalment en alguns d'aquests factors, de manera que limiten la seva evolució com a ciutat creativa i cultural en no apostar per una estratègia multidimensional que tingui en compte les tres dimensions necessàries. En aquest sentit, les ciutats tarragonines haurien de crear iniciatives i mesures que donin suport a una economia creativa sostenible, que motivin els individus amb professions creatives i innovadores a mantenir-se i desenvolupar el seu talent i creativitat a les seves ciutats d'origen, o fins i tot atraure nous talents i empreses creatives. No obstant això, s'ha de tenir en compte que no tots els municipis tenen les mateixes característiques. Cada municipi ha d'identificar quins són els seus punts forts i intentar diferenciar-se de la resta evitant la competència directa en infraestructures i activitats culturals. La despesa pública destinada als equipaments i a l'oferta cultural no tindrà els efectes desitjats si aquests no tenen com a objectiu incrementar les possibilitats d'interacció i de treball en xarxa. Val a dir que la província de Tarragona compta amb els actius patrimonials, històrics i culturals, així com una posició geogràfica òptima, que haurien de permetre transformar-la en una economia creativa, a fi d'assegurar-ne el creixement sostingut i situar-la al nivell d'altres territoris europeus.

En aquest sentit, les polítiques territorials i locals haurien de desenvolupar un bagatge financer per dur a terme inversions que fomentin una economia creativa i donar suport a petits emprenedors innovadors, així com per crear les condicions necessàries per a la cooperació entre diferents parts interessades, a fi de fomentar les activitats creatives, el diàleg i la cooperació, i de desenvolupar un ambient obert i tolerant a les ciutats. Aquestes mesures van més enllà de l'aspecte cultural. El foment de tots aquests factors pot ser clau en moments d'incertesa en l'economia, com en el cas de la crisi financera de 2008 (De Propriis, 2013). Els territoris més creatius normalment són més resistents als canvis, ja que s'adapten més fàcilment a les noves demandes i reptes que es puguin plantejar. Val a dir, també, que situacions d'incertesa com ara la crisi sanitària actual posen en risc l'economia d'aquelles ciutats que presenten una alta intensitat artística, ja que poden estar especialment exposades als efectes de la COVID-19 per la major inestabilitat laboral de les professions artístiques (Sacco, 2020; Pascual, 2020). Així doncs, les polítiques de cohesió i desenvolupament local passen per construir un territori més inclusiu i més just donant suport a la innovació i a la creativitat, i fomentant la creació de llocs de treball i un creixement econòmic sostenibles.

Tot i això, la complexitat associada al disseny i a la implementació d'un índex compost implica que els resultats s'han d'interpretar amb certa cura. Malgrat que l'ICCC compleix tots els criteris que defineixen un índex compost (Mazziotta i Pareto, 2013), les opcions arbitràries intrínseques en termes de selecció de variables i els mètodes d'agregació i de normalització poden tenir un efecte significatiu en els resultats. De la mateixa manera, qualsevol futura investigació s'hauria de centrar en l'ús d'indicadors alternatius per captar les pràctiques culturals, la qualitat de la governança i la tolerància a les ciutats. Malauradament, no es disposen de dades municipals ni comarcals detallades de la província de Tarragona. Finalment, l'anàlisi empírica es podria ampliar tenint en compte la dimensió temporal per entendre millor els esforços locals pel que fa al foment sostenible de la cultura i la creativitat en el conjunt de municipis de la província de Tarragona.

Bibliografia

- Acs, Z., Zegyesi, M. (2009). Creativity and industrial cities: A case study of Baltimore. *Entrepreneurship & Regional Development*, 21(4).
- Ang, B.W., Choong, W.L., NG, T.S. (2015). Energy security: Definitions, dimensions and indices. *Renewable and sustainable energy reviews*, 42, 1077-1093.
- Aranzo Carod, J. M. (1999). Ocupació en el sector cultural a les comarques de Tarragona. Tarragona: El Mèdol.
- Bakhshi, H., Freeman, A., Higgs, P. (2013). A dynamic mapping of the UK's creative industries. NESTA, London.
- Barberia, L.G., Biderman, C. (2010). Local economic development: Theory, evidence, and implications for policy in Brazil. *Geoforum*, 41(6), 951–962. <https://doi.org/10.1016/j.geoforum.2010.07.002>.
- Becker, W., Saisana, M., Paruolo, P., Vandecasteele, I. (2017). Weights and importance in composite indicators: Closing the gap. *Ecological Indicators*, 80, 12-22.
- Benhamou, F. (2001). L'économie de la culture. Rèperes (3rd edition), La découverte, Paris. Bermeo N, Nord P (2000) Civil society before democracy: Lessons from nineteenth-century Europe. Rowman & Littlefield Publishers: Lanham, Maryland.
- Benneworth, P., Charles, D., Madanipour, A. (2010). Building localized interactions between universities and cities through university spatial development. *European Planning Studies*, 18(10), 1611–1629. <https://doi.org/10.1080/09654313.2010.504345>.
- Boix, R., Hervás-Oliver, J. L., De Miguel-Molina, B. (2015). Micro-geographies of creative industries clusters in Europe: From hot spots to assemblages. *Papers in Regional Science*, 94(4), 753–772. <https://doi.org/10.1111/pirs.12094>.
- Bovar, O., Demotes-Mainard, M., Dormoy, C. (2008). Les indicateurs de développement durable. *L'économie française: comptes et dossiers*, 51-71.

- Bowen, H., Moesen, W., and Sleuwaegen, L. (2008). A composite index of the creative economy with application to regional best practices. *Review of Business and Economics*, (4), 375-397.
- Castells, M. (2000). *The rise of the network society*. Blackwell Publishers.
- Chapain, C., Comunian, R. (2010) Enabling and inhibiting the creative economy: The role of the local and regional dimensions in England. *Regional Studies*, 44: 717–734.
- Coll-Martínez, E., Arauzo-Carod, J.M. (2017). Creative milieu and firm location: An empirical appraisal. *Environment and Planning A*, 49(7):1613 - 1641, doi: 10.1177/0308518X17702646
- Coll-Martínez, E., Moreno-Monroy, A.I., Arauzo-Carod, J.M. (2019). Agglomeration of Creative Industries: an Intra-metropolitan Analysis for Barcelona. *Papers in Regional Science*, 98(1): 409-431.
- Coll-Martínez, E. (2019). Creativity and the city: testing the attenuation of agglomeration economies in Barcelona. *Journal of Cultural Economics*, 43(3): 365-395, doi: <https://doi.org/10.1007/s10824-019-09340-9>.
- Comissió Europea (2019). *The Cultural and Creative Cities Monitor. 2017 Edition*. Disponible a: <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/cultural-and-creative-cities-monitor-2019-edition>.
- Comissió Europea (2017), *The Cultural and Creative Cities Monitor. 2017 Edition*. Disponible a: <https://ec.europa.eu/jrc/en/publication/eur-scientific-and-technical-research-reports/cultural-and-creative-cities-monitor-2017-edition>.
- Comissió Europea (2012). *ESSnet Culture - final report*. Retrieved from https://ec.europa.eu/eurostat/cros/content/essnet-culture-final-report_en.
- Comissió Europea (2010) *Green Paper - Unlocking the potential of cultural and creative industries*.
- Cooke, P. (2001). Regional innovation systems, clusters, and the knowledge economy. *Industrial and Corporate Change*, 10(4), 945–974. <https://doi.org/10.1093/icc/10.4.945>.
- Cooke, P., Lazzaretti, L. (2007). *Creative Cities, Cultural Clusters and Local Economic Development*. Edward Elgar Publishing.
- Correia, C.M. (2014). Measuring creativity in the EU member states. *Investigaciones Regionales - Journal of Regional Research*, (30), 7-26.

- Cunningham, S.D. (2002). From cultural to creative industries: Theory, industry and policy implications. *Media International Australia Incorporating Culture and Policy*, 102(1): 54-65.
- De Propris, L. (2013). How are creative industries weathering the crisis? *Cambridge Journal of Regions. Economy and Society*, 6(1): 23-35.
- De Propris, L., Chapain, C., Cooke, P., Macneill, S. (2009). *The geography of creativity*. NESTA, London.
- De Miguel-Molina, B., Hervas-Oliver, J., Boix-Domenech, R., De Miguel-Molina, M. (2012). The importance of the creative industry agglomerations in explaining wealth of European regions. *European Planning Studies*, 20(8): 1263-1280.
- Denis-Jacob, J. (2012). Cultural industries in small-sized Canadian cities: Dream or reality? *Urban Studies*, 49(1), 97–114, <https://doi.org/10.1177/0042098011402235>.
- Evans, G. (2009). Creative cities, creative spaces and urban policy. *Urban Studies*, 46, 1003–1040. <https://doi.org/10.1177/0042098009103853>.
- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*. Pluto Press.
- Foord, J. (2009). Strategies for creative industries: An international review. *Creative Industries Journal*, 1(2): 91–113.
- Forum Econòmic Mundial (2016). Factors for enabling the creative economy. Disponible a: www.weforum.org.
- Fritsch, M., & Slavtchev, V. (2007). Universities and innovation in space. *Industry & Innovation*, 14(2), 201–218. <https://doi.org/10.1080/13662710701253466>.
- Glaeser, E. L., Kolko, J., & Saiz, A. (2001). Consumer city. *Journal of Economic Geography*, 1(1), 27–50. <https://doi.org/10.1093/jeg/1.1.27>.
- Gong, H., Hassink, R. (2017). Exploring the clustering of creative industries. *European Planning Studies*, 35(4): 583-600.
- Hartley, J., Potts, J. D., McDonald, T., Erkunt, C., Kufleitner, C. (2012). *CCI-CCI Creative City Index 2012*.
- Jackson, M.R., Kabwasa-Green, F., Herranz, J. (2006). Cultural vitality in communities: Interpretation and indicators. *Culture, Creativity and Communities Program*, <https://doi.org/10.1037/e716842011-001>.

- Kresl, P.K., Ietri, D. (2016). *Smaller cities in a world of competitiveness*. Taylor and Francis. Disponibile a: <https://www.routledge.com/Smaller-Cities-in-a-World-of-Competitiveness/Kresl-Ietri/p/book/9781138846579>.
- Krugman, P. (1991). *Geography and trade*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Landry, C., (2012). *The Creative City: A Toolkit for Urban Innovators*, 2nd Edition, Comedia / Earthscan, London.
- Landry, C. (2000). *The creative city: A toolkit for urban innovators*. Earthscan Publications Ltd., London.
- Landry, C., Bianchini, F. (1995). *The creative city*. Demos.
- Lazzeretti, L., Capone, F., Innocenti, N. (2017). Exploring the intellectual structure of creative economy research and local economic development: a co-citation analysis. *European Planning Studies*, 25(10): 1693-1713.
- Lazzeretti, L., Boix, R., Capone, F. (2008). Do creative industries cluster? Mapping creative local production Systems in Italy and Spain. *Industry & Innovation*, 15(5), 549–567. <https://doi.org/10.1080/13662710802374161>.
- Lazzeretti, L., Capone, F., Boix, R. (2012). Reasons for clustering of creative industries in Italy and Spain. *European Planning Studies*, 20(8): 1243–1262.
- Lee, N. (2014). The creative industries and urban economic growth in the UK. *Environment and Planning A*, 46: 455–470.
- Lorentzen, A. (2007). The geography of knowledge sourcing-A case study of Polish manufacturing enterprises. *European Planning Studies*, 15(4), 467–486. <https://doi.org/10.1080/09654310601133252>.
- Lorentzen, A., van Heur, B. (2012). *Cultural political economy of small cities*. Routledge. Disponibile a: <https://www.routledge.com/Cultural-Political-Economy-of-Small-Cities/Lorentzen-van-Heur/p/book/9780415589505>.
- Lorenzen, M., Frederiksen, L. (2008). Why do cultural industries cluster? Localization, urbanization, products and projects. In: Cooke PN, Lazzeretti L (eds) *Creative cities, cultural clusters and local economic development*. Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- Mazziotta, M., Pareto, A. (2013). Methods for constructing composite indices: One for all or all for one. *Rivista Italiana di Economia Demografia e Statistica*, 67(2), 67-80.

- Marlet, G.A., Van Woerkens, C., (2004). Skills and creativity in a Cross-section of Dutch Cities, Discussion Paper Series /Tjalling C. Koopmans Research Institute, p. 4-29.
- Maskell, P., Lorenzen, M. (2004). The cluster as market organization. *Urban Studies*, 41(5-6): 991-1009.
- McLaren, L.M. (2003). Anti-immigrant prejudice in Europe: Contact, threat perception, and preferences for the exclusion of migrants. *Social Forces*, 81(3), 909–936. <https://doi.org/10.1353/sof.2003.0038>.
- Miles, S. (2006). Small city - big ideas: Culture-led regeneration and the consumption of place. *Small cities: Urban experience beyond the Metropolis* (pp. 233–243). <https://doi.org/10.4324/9780203019269>.
- Montalto, V., Moura, C.J.T., Langedijk, S., Saisana, M. (2019). Culture counts: An empirical approach to measure the cultural and creative vitality of European cities. *Cities*, 89, 167-185.
- OCDE-JRC (2008). Handbook on constructing composite indicators: Methodology and user guide.
- O'Connor, J. (2010). The cultural and creative industries: A literature review. Creativity Partnership Series, Arts Council, Second Edition, England.
- Ortega-Villa, L.M., Ley-Garcia, J. (2018). Analysis of cultural indicators: A comparison of their conceptual basis and dimensions. *Social Indicators Research*, 137(2), 413–439. <https://doi.org/10.1007/s11205-017-1588-2>.
- Paas, T., Halapuu, V. (2012). Attitudes towards immigrants and the integration of ethnically diverse societies. *Norface Migration*, 23. Disponible a: www.norfacemigration.org.
- Palhares, G.L. (2003). The role of transport in tourism development: Nodal functions and management practices. *International Journal of Tourism Research*, 5, 403–407, <https://doi.org/10.1002/jtr.446>.
- Pareja-Eastaway M (2016) Creative industries. *Journal of Evolutionary Studies in Business*, 1(1): 38-50.
- Pascual, J. (2020). Culture, cities and the COVID-19 pandemic: Initial measures and challenges ahead, United Cities and Local Governments (UCLG). Disponible a: <https://ec.europa.eu/jrc/en/file/document/184539>

- Potts, J. (2011). Creative industries and economic evolution. New Horizons in institutional and evolutionary economics series. Edward Elgar, Cheltenham.
- Sacco, P. (2020) European Cultural and Creative Cities in COVID-19 times: Jobs at risk and the policy response, metaLAB, Harvard, disponible a: <https://ec.europa.eu/jrc/en/file/document/184537>.
- Saltelli, A. (2007). Composite indicators between analysis and advocacy. *Social Indicators Research*, 81, 65-77.
- Sánchez-Serra, D. (2016). Location determinants of creative industries' firms in Spain. *Investigaciones Regionales-Journal of Regional Research*, 34, 23–48.
- Scott, A.J. (2006). Creative cities: Conceptual issues and policy questions. *Journal of Urban Affairs*, 28 (1): 1–17.
- Scott, A.J. (2001). Capitalism, cities, and the production of symbolic forms. *Transactions of the Institute of British Geographers*, 26(1), 11–23. <https://doi.org/10.1111/1475-5661.00003>.
- Smith, H.L. (2007). Universities, innovation, and territorial development: A review of the evidence. *Environment and Planning C: Government & Policy*, 25(1), 98–114, <https://doi.org/10.1068/c0561>.
- Throsby, D. (2001). Economics and culture. Cambridge University Press <https://doi.org/10.1080/13547860306286>.
- Throsby, D., Zednik, A. (2007). Employment and output for the cultural industries. Disponible a: http://www.econ.mq.edu.au/Econ_docs/research_papers2/2007_research_papers/MERP_5_2007_Throsby_Zednik_online.pdf.
- Towse, R. (2003). A handbook of cultural economics. Edward Elgar, Cheltenham.
- Tubadji, A., Nijkamp, P. (2015). Cultural impact on regional development: application of a PLS-PM model to Greece. *The Annals of Regional Science*, 54(3), 687–720.
- UNCTAD (2010). Creative economy report 2010.
- UNESCO (2012). 2009 UNESCO framework for cultural statistics - Handbook no. 2 Measuring cultural participation. Disponible a: <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000219213>.

- Van Der Borg, J., Russo, A. P., Lavanga, M., Mingardo, G. (2005). The impacts of culture on the economic development of cities. *European Institute for Comparative Urban Research (EURICUR) Erasmus University Rotterdam* (pp. 1–395). <https://doi.org/10.1109/ISVRI.2011.5759606>.
- Van Der Pol, H. (2007). Key role of cultural and creative industries in the economy. Disponible a: <https://www.oecd.org/site/worldforum06/38703999.pdf>.
- Van Truong, N., Shimizu, T. (2017). The effect of transportation on tourism promotion: Literature review on application of the Computable General Equilibrium (CGE) Model. *Transportation Research Procedia*, 25, 3096–3115. <https://doi.org/10.1016/J.TRPRO.2017.05.336>.
- Waite, G., Gibson, C. (2009). Creative small cities: Rethinking the creative economy in place. *Urban Studies*, 46(5–6), 1223–1246. <https://doi.org/10.1177/0042098009103862>.
- Wolfe, D.A. (2005). The role of universities in regional development and cluster formation. In G.A. Jones, P.L. McCarney, & M. L. Skolnik (Eds.). *Creating knowledge, strengthening nations: The changing role of higher education* (pp. 167–194). University of Toronto Press. Disponible a: <https://philpapers.org/rec/WOLTRO-13>