

ECONOMÍA DE LA CULTURA

La economía de la cultura es un concepto reciente cuyas bases teóricas no están asentadas definitivamente, sin embargo, la cultura en la actualidad es ya un importante motor de la economía, siendo fundamental el desarrollo y la promoción de industrias culturales competitivas en todos los países. La realidad es que la cultura, además de ser un instrumento de cohesión social, es una actividad que genera riqueza y trabajo.

La dimensión económica de la cultura puede analizarse desde distintos enfoques, existiendo una pugna entre los que consideran que las industrias culturales deben ser consideradas en sí mismas un sector de actividad económica que, aunque con personalidad propia, comparte las mismas características que los otros sectores económicos y como tal deben ser tratadas, y aquellos que consideran que aunque se trata de un sector con gran importancia económica, no puede ser tratado como los demás sectores ya que tiene unas repercusiones de índole social y humano –de carácter intangible e inmaterial- que deben primar.

Esta Guía bibliográfica complementa la anterior Guía sobre La financiación de la cultura y pretende contribuir a profundizar en un tema de gran actualidad como es la búsqueda de un nuevo modelo de financiación de la cultura y el análisis de la capacidad de la cultura para generar riqueza. Se presentan los libros y artículos de revistas existentes en la biblioteca, los cuales constituyen una muestra significativa de lo que actualmente se está publicando en este campo. La información se organiza en torno a cinco grandes bloques informativos, que a su vez se subdividen en epígrafes. En primer lugar se recogen las publicaciones de carácter general y teórico, junto con los estudios metodológicos y estadísticos. A continuación se presentan las obras dedicadas a la Economía del arte y del patrimonio. Le siguen las que analizan los aspectos económicos en las artes escénicas, el mercado de las industrias culturales (cine, música, libro y turismo) y finalmente las que estudian los aspectos vinculados al empleo en el sector cultural. Como en ocasiones anteriores, se acompaña de un índice de autores y otro de títulos con el fin de facilitar la localización de la información. Todas las obras que aquí se recogen están disponibles en la Sala de Lectura de la Biblioteca de Cultura y existe un servicio de préstamo individual.

En el buzón biblioteca.cultura@mecd.es pueden dejarnos las sugerencias de mejora que estimen oportunas

SUMARIO

1. ASPECTOS GENERALES	3-22
Estudios teóricos	3-12
Metodología y estudios empíricos	13-18
Las cifras de la cultura	19-22
2. ECONOMÍA DEL ARTE Y DEL PATRIMONIO	22-31
3. ECONOMÍA DE LAS ARTES ESCÉNICAS	31-33
4. MERCADO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES (cine, música, libro, turismo)	34-49
5. EMPLEO Y TRABAJO	50-51
ÍNDICE DE AUTORES	52-55
ÍNDICE DE TÍTULOS) * -60

1. ASPECTOS GENERALES

Estudios teóricos

[1]

Alonso, José Antonio. **La importancia económica de la cultura = The economic importance of culture.**

En: Sistema: revista de ciencias sociales. N. 215-216 (mayo 2010), p. 7-10.
BC Z-176

La cultura constituye un elemento estratégico para el desarrollo económico y la creación de empleo. Además, la cultura contribuye a la cohesión de la sociedad y a la formación de ciudadanos libres. Los poderes públicos, en consecuencia, están obligados a impulsar la actividad de las industrias culturales. En España, estas industrias cuentan con la ventaja de la lengua española como factor de crecimiento e internacionalización.

[2]

Ávila Álvarez, Antonio María; Díaz Mier, Miguel Ángel. **La economía de la cultura: ¿una construcción reciente?**

En: Información comercial española ICE. N. 729 (jun.-jul. 2001), (Ejemplar dedicado a: Economía de la cultura), p. 9-29.
BC 8611

Investigación sobre la economía de la cultura en el ámbito de instituciones internacionales y el propio mundo empresarial, especialmente las multinacionales así como una revisión bibliográfica de las publicaciones especializadas en este campo.

[3]

Bonet, Lluís. **J. Mark Schuster.** Texto en inglés.

En: Journal of cultural economics. V. 32, n. 2 (2008), p. 153-154.
BC Z-582

Breve biografía del profesor de economía de la cultura, realizada con motivo de su fallecimiento en 2008. Schuster fue co-editor del Journal of culture economics desde 1999 a 2007.

[4]

Bustos, Jorge. **La cultura según el mercado: ¿puede el capitalismo ser juez?**

En: Nueva revista de política, cultura y arte. N. 109 (feb. 2007), p. 128-139.
BC Z-694

El profesor Donald Sassoon identifica la historia de la cultura con la historia de la producción cultural y como tal la describe, pero adolece de un mal genérico, sustituir la difícil tarea del juicio y la interpretación por el acopio ingente de datos empíricos bajo un único parámetro selectivo: el volumen de mercado.

[5]

Creación de empresas en el ámbito cultural. José Ruiz Navarro, director. Madrid: Fundación Autor, 2008. 245 p.: gráficos. (Datautor). Bibliografía. ISBN 978-84-8048-789-4 BC 16993

En este trabajo se muestran ideas y evidencias de cómo la cultura se convierte en un recurso estratégico en la sociedad del conocimiento, además de describirse los factores que influyen en la génesis de las empresas culturales en España y en su posterior sostenibilidad y crecimiento

[6]

Création et diversité au miroir des industries culturelles: actes des "Journées d'Economie de la culture", des 12 et 13 janvier 2006. Ministère de la culture et de la communication, Département des études, de la prospective et des statistiques; coordonnées par Xavier Greffe. Paris: La Documentation française, 2006. 463 p.: ilustraciones gráficos. (Questions de culture) ISBN 2-11-096197-X BC 10084

Primeras jornadas sobre la Economía de la Cultura celebradas en Francia en 2006, con inclusión de la publicación de las actas. Se presentan las cuestiones analizadas en el simposio, como la posibilidad de concebir hoy en día una economía del arte que no esté inmersa en la economía de las industrias culturales; o la formulación de preguntas como si existen diferencia entre las empresas culturales y el resto, o bien en qué lugar se sitúa a los artistas y cómo se accede al consumo cultural. También se plantean la normativa necesaria para atender a los objetivos de la política cultural..

[7]

The cultural economy. Edited by Helmut Anheier, Yudhishtir Raj Isar. Los Angeles [etc.]: Sage, 2008. 661 p.: ilustraciones. (The cultures and globalizations series; 2). ISBN 978-1-4129-3473-2, ISBN 978-1-4129-3474-9 (pbk) BC 7490

Este libro analiza la producción de bienes y servicios culturales y los patrones de la globalización económica; la relación entre la mercantilización de la economía de la cultura y el ámbito estético; formas de organización actuales y emergentes para la inversión, la producción, distribución y consumo de bienes y servicios culturales; las complejas relaciones entre creadores, productores, distribuidores y consumidores de cultura y las implicaciones políticas de una economía de la cultura globalizada.

[8]

Díaz Mier, Miguel Ángel; Galindo Martín, Miguel Ángel. **Una brecha amplia: cultura y desarrollo económico.** En: Información comercial española ICE. N. 792 (jun.-jul. 2001), (Ejemplar dedicado a: Economía de la cultura), p. 31-41. BC 8611

Relación existente entre el desarrollo económico y la cultura. Se refleja el uso restrictivo del concepto de cultura, utilizando a cambio el de educación y se pone de manifiesto la falta de unanimidad sobre las consecuencias de la educación en la actividad económica y la mejor política para potenciarla.

[9]

Domínguez Martínez, José M. **Cultura y economía: una convergencia necesaria**. [Recurso electrónico].

En: eXtoikos. N. 2 (2011), p. 93-94.

Documento disponible en Internet.

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4019307>

BC Unidad E

En este artículo se aboga por la necesidad de confluencia de la cultura y la economía como ámbitos de estudio, y se resalta la importancia del adecuado conocimiento de las relaciones entre las mismas en la realidad. En este contexto, se da cuenta del inicio de un proyecto con esa finalidad.

[10]

Durán Meraño, José María. **Hacia una crítica de la economía política del arte: una historia ideológica del arte moderno considerando su modo de producción**. Villaviciosa de Odón (Madrid): Plaza y Valdés, 2008. 230 p. ISBN 978-84-96780-47-7

BC 6744

Este ensayo trata de ser una reconstrucción del modo de producción artístico occidental, desde Marsilio Finicio en la Florencia del siglo XV hasta Rosalind Krauss en los años ochenta del siglo XX, pasando por Karl Philipp Moriz e Inmanuel Kant en la ilustración alemana, así como la relación entre arte y trabajo productivo en Karl Marx y Wiliam Morris, y expone el modo de producción de las artes a través de los distintos discursos que lo han pensado y configurado históricamente, ilustrando estos discursos a través de prácticas concretas, a la vez que examinando críticamente la reflexión teórica en cuanto ideología del modo de producción.

[11]

Economía de la cultura.

En: Información comercial española ICE. Revista de economía. N. 792 (jun.-jul. 2001), 220 p.

BC 8611

Análisis general: La economía de la cultura: ¿una construcción reciente?; Una brecha amplia: cultura y desarrollo económico; La dimensión económica de la industria de la cultura y el ocio en España: análisis nacional, regional y sectorial; Los servicios culturales desde la perspectiva del gasto familiar; La provisión de cultura en España desde una perspectiva del análisis regional; Las entidades de gestión de los derechos de la propiedad intelectual. Análisis de sectores: El sector editorial español; Economía del cine y del sector audiovisual en España; Situación actual del sector de la música en España; Economía del patrimonio histórico.

[12]

La economía de la cultura en España. [Recurso electrónico].

En: Revista asturiana de economía - RAE. N. 29 (ene.-abr. 2004).

Documento disponible en Internet.

<http://www.revistaasturianadeeconomia.org/edic29.php>

BC Unidad E

Monográfico de la Revista asturiana de economía dedicado íntegramente a la Economía de la cultura en España. Incluye artículos como: ¿Cuáles son los valores que deberían tenerse en cuenta en la cultura? La tensión entre los efectos económicos y los valores culturales, de Bruno S. Frey; Valoración contingente y la maldición del ganador en las subastas de arte en Internet, de Arthur C. Brooks y Análisis económico de los museos con una aplicación al estudio de sus visitantes en España, de Víctor Fernández Blanco y Juan Prieto Rodríguez.

[13]

Economía de la cultura: algunas consideraciones generales. [Recurso electrónico]. José Sánchez Maldonado [et al.].

En: Encuentro de Economía Pública (13. 2006. Almería). XIII Encuentro de Economía Pública: Almería febrero 2006. 21 p.

Documento disponible en Internet.

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3132582>

BC Unidad E

Se estudia el marco teórico de la economía de la cultura. Los estudios de impacto económico se han convertido en una importante herramienta para la planificación cultural, y para informar a las autoridades locales y otros agentes públicos sobre el desarrollo y las estrategias de regeneración económica.

[14]

Entre offre et demande: dossier.

En: BBF: Bulletin des bibliothèques de France. Vol. 46, n. 2 (2001) p. 30-81.

BC Z-220

Conjunto de artículos alrededor de temas como "La visión económica de la cultura", "Oferta de lectura y escritura", "El público: definición y representaciones", "Pedagogía y lectura en la Universidad" y "Al servicio de los estudiantes".

[15]

Feld, Alan L. **Revisiting tax subsidies for cultural institutions.** Texto en inglés.

En: Journal of cultural economics. V. 32, n. 4 (2008), p. 275-279.

BC Z-582

Artículo presentado en el simposio dedicado al 25 aniversario de la publicación *Patrons despite themselves*, en el que se plantean diversas cuestiones sobre la política gubernamental destinada a incentivar, mediante subvenciones, las actividades culturales. Estas cuestiones se relacionan también con lo que puede verse en los museos y oírse en las salas de conciertos.

[16]

Friedmann, Reinhard; Fernández, Gabriel. **Arte y gestión: una poética para el gerente del tercer milenio.** 1ª edición en España. Gijón: CICEES, Centro de Iniciativas Culturales, 2009. 154 p.: ilustraciones. (Caravasar; 1). Bibliografía: p. 134-151. ISBN 978-84-936996-1-1
BC 21591

El presente libro trata de dar respuesta a la pregunta de cómo se articula el fenómeno estético en el contexto organizacional y de los negocios, tratando de relacionar la economía como factor de la gestión y la organización de empresas, que incluye el desarrollo del arte de los negocios con las manifestaciones artísticas propiamente dichas donde se desarrolla la creatividad, como la capacidad estética, tratada desde diferentes campos como la música, la pintura y escultura, la literatura y el teatro.

[17]

Gagnon, Jacinthe. **L'économie mauve: économie, développement durable et diversité culturelle**. [Recurso electrónico]. Quebec: Laboratoire d'étude sur les politiques publiques et la mondialisation, de la École nationale d'administration publique (ENAP), 2012. (Analyse des impacts de la mondialisation sur la culture; Rapport 12).

Documento disponible en Internet.

http://cerberus.enap.ca/leppm/docs/Rapports_culture/Rapport12-culture_version_finale_web.pdf

BC Unidad E

Se presenta el concepto de "economía púrpura", un modelo elaborado en Europa a partir de un principio según el cual la cultura puede servir para conciliar desarrollo económico y sostenibilidad, e intenta definir los contornos de este nuevo modelo para evaluar su aplicación en el ámbito del Quebec.

[18]

Groys, Boris. **Sobre lo nuevo: ensayo de una economía cultural**. Traducción, Manuel Fontán del Junco. 1ª ed. Valencia: Pre-Textos, 2005. 249 p. (Pre-textos. Ensayo; 727).

Traducción de: Über das Neue. ISBN 84-8191-648-X

BC 11042

Este ensayo propone la producción de lo nuevo como la exigencia a la que todo el mundo debe someterse para encontrar en la cultura el reconocimiento al que aspira: en caso contrario, no tiene ningún sentido ocuparse de los asuntos de la cultura. Lo nuevo es insoslayable, inevitable, irrenunciable. Y en este sentido, la exigencia de innovación es, si se quiere, la única realidad que resulta expresada en la cultura. A la luz de una "economía", la innovación cultural se nos presenta como la más consecuente manifestación cultural de la misma lógica que actúa -oculta e implacable- en otros ámbitos de la vida.

[19]

Herrero Prieto, Luis César. **La contribución de la cultura y las artes al desarrollo económico regional**. [Recurso electrónico].

En: Investigaciones regionales. N. 19 (2011), p. 177-204.

Documento disponible en Internet.

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3667497>

BC Unidad E

El presente artículo expone los principales determinantes que se producen entre la cultura, entendida como una manifestación artística, y el desarrollo económico regional, en un doble sentido: por un lado, cuáles son los impactos de las actividades culturales sobre el desarrollo económico de un enclave o un territorio a corto y a largo plazo; y, por otro, cómo influye el crecimiento económico en la evolución y transformación del sector cultural. Se analiza también la lógica espacial de las actividades culturales y artísticas, que irremediablemente es hacia la concentración, por mucho que entendamos que el talento o el patrimonio cultural estén inicialmente equidistribuidos. Todos estos análisis se enmarcan en el ámbito de la economía de la cultura, cuya delimitación analítica como disciplina científica se aborda al inicio del artículo.

[20]

Herrero Prieto, Luis César. **La economía de la cultura en España: una disciplina incipiente.** [Recurso electrónico].

En: Revista asturiana de economía - RAE. N. 23 (2002), p. 147-175.

Documento disponible en Internet.

<http://www.revistaasturianadeeconomia.org/raepdf/23/P147-176.pdf>

BC EC 24

1. La cultura como empleo del ocio: nuevas dimensiones para el análisis; 2. Bases analíticas de la economía de la cultura: Demanda de cultura. Oferta de cultura. Los mercados de la cultura. Intervención pública y política cultural; 3. Revisión bibliográfica sobre economía de la cultura en España.

[21]

Innovación en cultura: una introducción crítica a la genealogía y usos del concepto. Eli Lloveras [et al.]. Madrid: Traficantes de Sueños, 2009. 222 p.: ilustraciones. (Útiles; 6). Bibliografía: p. 213-219. ISBN 978-84-96453-42-5

BC 21681

Este libro descompone, con precisión médica, la "traducción a la cultura" del término económico de innovación. La historia de las vanguardias, la teoría económica, nociones como arte, creatividad o cooperación, las políticas culturales (siempre destinadas a producir crecimiento económico "por medios culturales") y mucho más se dan cita en esta investigación que apunta sobre uno de los principales debates acerca del futuro tanto de lo que llamamos las formas capitalistas, como de lo que propiamente llamamos cultura.

[22]

International Conference on Cultural Economics (17. 2012. Kyoto). **17th International Conference on Cultural Economics. Kyoto, Japón, 22-24 de junio de 2012.** [Recurso electrónico]. The Association for Cultural Economics International. Kyoto: The International Conference on Cultural Economics.

Modalidad de acceso: World Wide Web (consulta 18 de abril de 2013).

http://www.jace.gr.jp/ACEI2012/usb_program/menu/ACEI2012_Program.html

Página web de la Asociación en la que se incluyen los trabajos presentados en la 17ª Conferencia Internacional de Economía de la Cultura, organizada por la Asociación Internacional para la Economía de la Cultura (ACEI) del 22 al 24 de junio de 2012 en Kyoto, Japón.

[23]

Lasuén Sancho, José Ramón; Aranzadi, J. **El crecimiento económico y las artes.** Madrid: Fundación Autor, 2002. 325 p. (Datautor). Bibliografía: p. 305-325.

BC 15109

La cultura y el arte, afirman los autores, además de consumo suponen inversión. Una inversión esencial cuando la creatividad empresarial resulta insuficiente. En ese momento, son los otros creadores, los artistas, quienes están en disposición de favorecer un ambiente que la impulse, tal y como ha quedado demostrado a lo largo de la Historia. Apoyando tales afirmaciones, se ofrece una sucinta descripción de la evolución del pensamiento en torno al crecimiento económico, desde su antigua concepción como acumulación de recursos hasta la más actual, que se entiende como la creación y adopción de ideas útiles.

[24]

Lasuén Sancho, José Ramón; García Gracia, María Isabel; Zofío Prieto, José Luis. **Cultura y economía**. Madrid: Fundación Autor, 2005. 401 p. (Datautor). Bibliografía: p. 385-401. ISBN 84-8048-669-4
BC 20224

Con este trabajo, los autores pretenden conseguir dos grandes objetivos. Por un lado, revelar la importancia que ha tenido, tiene y puede alcanzar la cultura en el desarrollo económico de las naciones. Por otro lado, precisar cuáles son las relaciones entre la cultura y la economía y cómo deberían aprovecharse para diseñar políticas culturales eficaces, tanto desde un punto de vista estrictamente cultural como también económico. La primera parte del trabajo está dedicada a analizar el concepto de cultura en distintas ciencias sociales -la economía entre ellas- para, a continuación exponer con detalle cómo la economía analiza la cultura. Este análisis se hace desde una doble perspectiva, la microeconómica (el producto artístico, su oferta y demanda) y la macroeconómica (participación de la cultura, como sector productivo, en las economías nacionales). En este apartado se aporta información particularizada para el caso español. Finaliza el libro con una revisión de la historia de las políticas culturales y una reflexión sobre la propiedad intelectual.

[25]

Manual de economía de la cultura. Edición, Ruth Towse. Madrid: Fundación Autor, 2005. 811 p. (Datautor). ISBN 84-8048-640-6
BC 33:008 MAN

Los sesenta y un artículos comprendidos en este manual tratan temas de actualidad, desde el coste de las artes escénicas o la relativamente baja retribución de los artistas, hasta las dudas sobre el elitismo y la participación en los acontecimientos culturales, la preocupación creciente por la conservación del patrimonio cultural y su coste o la globalización de las industrias culturales.

[26]

Mattelart, Armand. **Diversidad cultural y mundialización**. Traducción, Gilles Multigner. 1ª ed. Barcelona: Paidós, cop. 2006. 177 p. (Paidós Comunicación; 168). Título original: *Diversité culturelle et mondialisation*, publicado en francés en 2005. Bibliografía: p. 163-174. ISBN 84-493-1835-1
BC 20214, 13262

A partir de la consolidación de la diversidad cultural en las negociaciones internacionales de liberalización de los intercambios comerciales, se reflexiona sobre el papel de la cultura en las políticas públicas y el comercio internacional.

[27]

Palma Martos, Luis Antonio; Aguado Quintero, Luis Fernando. **Economía de la cultura: una nueva área de especialización de la economía**. [Recurso electrónico]. Incluye referencias bibliográficas, p. 159-165.

En: Revista de economía institucional. V. 12, n. 22 (2010), p. 129-165.

Documento disponible en Internet.

<http://www.uexternado.edu.co/facecono/ecoinstituci%20...%20gpapers/lpalma22.pdf>

BC Unidad E

El interés de los economistas por el mundo de la cultura no es de ahora, como puso de manifiesto Goodwin (2006). Lo que sí se puede afirmar es que desde la década de 1960 se han acercado con mayor rigor al arte y a la cultura como objeto de estudio, utilizando las herramientas del análisis económico.

[28]

Palma Martos, María Luisa; Valenciano Moreno, Domingo. **La economía de la cultura como disciplina académica en la Universidad de Sevilla**. [Recurso electrónico].

En: Cuadernos de economía de la cultura. Sevilla: Oikos. N. 2 (jul.-dic. 2003), p. 121-125. Documento disponible en Internet.

http://www.oikos.org.es/mnu_ec/pdf_ec2/exp_economia.pdf

BC Z-781, Unidad E

El origen de la economía de la cultura como subdisciplina económica puede situarse en 1966, año de la publicación de la obra de Baumoy y Bowen, *Performing Arts: The Economic Dilemma*, que marca el inicio de la aplicación de la metodología analítica de la ciencia económica al sector artístico y cultural, comenzando por las artes escénicas o representativas. En la Universidad de Sevilla, varios investigadores llevan años perteneciendo a grupos de trabajo que han colaborado en diferentes proyectos económicos con enfoque cultural.

[29]

Prieto de Pedro, Jesús. **Cultura, economía y derecho, tres conceptos implicados**. [Recurso electrónico].

En: Pensar Iberoamérica: revista de cultura. Madrid: Organización de Estados Iberoamericanos. N. 1 (jun.-sept. 2002), 11 p.

Documento disponible en Internet.

<http://www.campus-oei.org/pensariberoamerica/ric01a04.htm>

BC CULT-6

Para el autor, economía y cultura son dos campos estrechamente implicados desde siempre, aunque es verdad que esas implicaciones se han hecho mayores y más visibles con la irrupción de las llamadas industrias culturales. No se puede negar el valor económico de ciertos bienes culturales y su peso en la riqueza de un país o la importancia del desarrollo cultural como factor de bienestar social y de desarrollo económico.

[30]

Prieto Rodríguez, Juan. **Las dos caras de la economía de la cultura**. Incluye referencias bibliográficas, p. 25.

En: Ábaco: revista de cultura y ciencias sociales. 2ª época, Vol. 2/3, n. 64/65 (2010), (Número dedicado a la cultura como actor económico. Industrias culturales y creativas), p. 21-25.

BC Z-686

Se presentan las dos visiones actuales de la Economía de la Cultura. Por un lado, la concepción más genérica estudia los efectos de la cultura, entendida como el sistema de valores y gustos, sobre la economía y viceversa. Por el otro, la disciplina que estudia el sector cultural. Ambas perspectivas tienen pocos puntos en común, más allá del uso de la metodología propia de la economía. Si bien la primera visión de la Economía de la Cultura plantea retos intelectuales probablemente más profundos que la segunda, es ésta la que puede ayudar a mejorar la forma en la que se gestiona la cultura.

[31]

Rausell Köster, Pau; Carrasco Arroyo, Salvador. **Algunos apuntes sobre la economía de la información, la comunicación y la cultura.**

En: Política económica: fundamentos, objetivos e instrumentos. Valencia: Edit. Tirant Lo Blanch, 2003. 22 h. ISBN 84-8442-886-9.

Documento disponible en Internet.

<http://www.uv.es/econcult/pdf/Capitulo12.pdf>

BC CAJA-276 FOLL-4, Unidad E

En este capítulo se analizan las nuevas realidades sociales y tecnológicas y se establecen algunas precisiones terminológicas aplicables a aspectos tales como la economía de las tecnologías de la información y la comunicación; economía de la cultura o economía de Internet. También se realiza una aproximación sectorial a las TIC en el caso de España dentro del contexto europeo.

[32]

Solima, Ludovico. **L' impresa culturale: processi e strumenti di gestione.** 1ª ed., 1ª reimpresión. Roma: Carocci, 2004. 309 p.: gráficos. (Manuali universitari. Economia aziendale; 8). ISBN 88-430-3029-9

BC 11890

¿Qué es lo que denomina a las industrias culturales? ¿Y cuáles son, de manera general, las implicaciones económicas de la cultura? Partiendo de estas preguntas el manual examina varios tipos de organizaciones culturales - desde los teatros a los museos, desde las industrias cinematográficas a las áreas arqueológicas, desde los archivos a las bibliotecas - y las decisiones estratégicas y de funcionamiento a que deben hacer frente. Los procesos de decisión, la gestión direccional, la orientación de las opciones de cada caso se explican con la exposición de un caso concreto como ejemplo.

[33]

Throsby, David. **Economía y cultura.** Traducción, Cristina Piña, María Condor. 1ª ed. Madrid: Cambridge University Press, 2001. 223 p. ISBN 84-8323-219-7

BC 18956

El autor ofrece una definición amplia de cultura y examina tanto las dimensiones económicas de la cultura como el contexto cultural de la economía. El libro se basa en el fundamento de la teoría del valor, y desarrolla las nociones gemelas de valor económico y valor cultural como principios subyacentes para la integración de ambos campos.

[34]

Throsby, David. **The economics of cultural policy.** Cambridge; New York: Cambridge University Press, 2010. x v, 277 p. Indices. Incluye referencias bibliográficas: p. 237-259. ISBN 9780521687843 (pbk.) ISBN 0521687845 (pbk.)

BC 23269

En los últimos años, en todo el mundo, ha aumentado el interés por las industrias creativas como fuente de innovación y dinamismo económico. Este libro sostiene que la comprensión de la naturaleza, tanto de la economía y el valor cultural creado por el sector cultural es esencial para la buena formulación de políticas. El libro es el primer informe exhaustivo de la aplicación de la teoría y el análisis económico para el amplio campo de la política cultural. Se trata de los principios generales de la política de decisiones en el ámbito cultural, como se ve desde el punto de vista económico, y pasa a examinar una serie de ámbitos culturales específicos, como las artes, el patrimonio, las industrias culturales, el desarrollo urbano, el turismo, la educación, el comercio, la diversidad cultural, el desarrollo económico, la propiedad intelectual y las estadísticas culturales.

[35]

Throsby, David. **Explicit and implicit cultural policy: some economic aspects**. Referencias bibliográficas, p.184-185.

En: *International journal of cultural policy*. V. 15, n. 2 (mayo 2009), p. 179-185.

BC Z-684

Se consideran las diferencias entre las políticas culturales implícitas y explícitas desde el punto de vista económico, sugiriendo que algunas políticas económicas tienen un propósito cultural oculto. También se plantea la posibilidad de que algunas políticas culturales tengan un propósito económico oculto.

[36]

Towse, Ruth. **A handbook of cultural economics**. Edited by Ruth Towse. 2ª ed.

Cheltenham, UK; Northampton, MA: Edward Elgar, 2003. XI, 495 p.

ISBN 978-1-848-44887-2 (hardback)

BC 22299

El libro cubre una variedad de temas que abarcan las industrias creativas, así como la economía de las artes y la cultura, e incluye capítulos sobre: la economía de arte (incluidas las subastas, los mercados y los precios), los mercados laborales de los artistas, la creatividad y la economía creativa, distritos culturales, valor cultural, la globalización y el comercio internacional, Internet, la economía de medios, museos, organizaciones sin fines de lucro, ópera, indicadores de desempeño, las artes escénicas, la edición, la regulación, los gastos fiscales y la economía del bienestar.

[37]

Towse, Ruth. **A textbook of cultural economics**. Cambridge: University Press, 2010.

600 p. ISBN 978-0-521-71702-1

BC 21814

En este libro de texto de economía de la cultura, uno de los principales economistas culturales del mundo muestra cómo podemos utilizar las teorías y métodos de la economía para responder a una serie de cuestiones relativas a las artes (artes escénicas, artes visuales y literatura), al patrimonio (museos y el patrimonio construido) y a las industrias creativas (la música, la edición, la industria del cine y la radiodifusión).

[38]

Wilson, Nick. **Social creativity: re-qualifying the creative economy**.

En: *International journal of cultural policy*. Vol. 16, n. 3 (ag. 2010), p. 367-381.

BC Z-684

Este artículo reivindica la creatividad como fenómeno social resultante de la interacción humana más allá de las fronteras, como por ejemplo, los estados-nación, las profesiones, organizaciones, disciplinas, o los grupos sociales y culturales. Presenta una agenda para reclasificar la economía creativa de acuerdo con esta concepción social fundamental, incluyendo la forma en que puede lograrse, a través de una nueva disciplina de creatividad social.

Metodología y estudios empíricos

[39]

Arte y eficiencia: el sector de la cultura visto desde la empresa. Beatriz Muñoz-Seca, Josep Riverola, editores. 1ª ed. Barañáin, Navarra: Ediciones Universidad de Navarra, 2011.

323 p.: gráficos. Bibliografía: p. 319-323. Índices. ISBN 978-84-313-2757-6

BC 22367

Ocho profesores de la escuela de negocios IESE Business School intervienen en el presente libro con el objetivo común de indagar en la gestión cultural de las instituciones del sector, desde la visión de la empresa privada para resaltar las diferencias con el sector público. Aporta casos prácticos como resultados de análisis PERT referido a museos o al diseño de los sistemas de visitas; la situación del Gran Teatro del Liceo; también los capítulos teóricos relativos a la economía que incluyen la función financiera de las empresas y las instituciones culturales sin ánimo de lucro; la parte cuarta está dedicada a abordar uno de los retos más cruciales del siglo XXI que es la gestión del talento con inclusión de las entrevistas a Jesús López Cobos y Valentín Fuster.

[40]

Basso, Antonella; Funari, S. A quantitative approach to evaluate the relative efficiency of museums.

En: *Journal of cultural economics*. V. 28, n. 3 (ag. 2004), p. 195-216.

BC Z-580

Un enfoque cuantitativo para evaluar la eficiencia relativa de los museos (trad. del inglés). El Data Envelopment Analysis permite crear para cada museo una medida de la eficiencia técnica relativa, que tiene en cuenta por un lado los recursos utilizados por las instituciones museísticas y por el otro el resultado de sus actividades. Un estudio empírico llevado a cabo por los museos municipales italianos en Bolonia, Venecia y Florencia ilustra este método operativo.

[41]

Benghozi, Pierre-Jean; Benhamou, Françoise. The Long Tail: myth or reality?

En: *International journal of arts management*. V. 12, n. 3 (spring 2010), p. 43-53.

BC Z-778

Expresión acuñada por Chris Anderson en un artículo de la revista *Wired* de octubre de 2004 para describir determinados tipos de negocios y modelos económicos tales como Amazon.com. Supuso que Internet estaba reuniendo mercados de productos culturales dispersos que no habían sido lucrativos a causa de su limitada penetración al mercado. Argumentaba, sin embargo, que al estar reunidos empezaban a ser rentables. Esta suposición, conocida como la "larga estela" parece haber sido persuasiva. Este artículo examina la investigación inicial sobre la hipótesis de la "larga estela", basándose en los resultados tanto publicados como no.

[42]

Brío, Jesús Ángel del; Usero, Belén. ¿Delimitación de las actividades que integran el sector cultural?: una propuesta desde el mundo empresarial.

En: *G + C: revista de gestión y cultura*. N. 7 (sept.-oct. 2010), (Ejemplar dedicado a: Acción cultural exterior), p. 50-53.

BC Z-773

Según los autores, la cultura, tradicionalmente relegada a un segundo plano en los estudios económicos, empieza a ser concebida como fuente generadora de riqueza y de desarrollo en la sociedad, paralelamente a su aceptada dimensión social.

[43]

Colombo, Alba. **Economia de la cultura: l'impacte econòmic del sector cultural des d'una òptica europea.** [Recurso electrónico]. Referencias bibliográficas, p. 8-9. Texto en catalán. En: *Digithum: Revista dels Estudis d'Humanitats i dels Estudis de Llengües i Cultures de la UOC*. N. 8 (mayo 2006), 9 p.

Disponible en versión electrónica.

<http://www.uoc.edu/digithum/8/dt/cat/colombo.pdf>

BC Unidad E

La relación entre gestión cultural y políticas culturales son elementos clave en el desarrollo de la llamada Economía de la Cultura. Este artículo efectúa una aproximación al término, considerando la aparición del concepto y los diferentes posicionamientos metodológicos europeos al respecto. Se pone como ejemplo el caso del Festival Internacional de Cine de Berlín para mostrar la importancia de la gestión cultural para el desarrollo económico del sector. Este estudio de caso también nos permitirá analizar la complejidad cada vez mayor que adoptan las formas de gestión cultural, así como su trascendencia en la regulación del mercado cultural y sus conexiones con otros sectores económicos básicos en el desarrollo urbano.

[44]

Doyle, Gillian. **Why culture attracts and resists economic analysis.**

En: *Journal of cultural economics*. V. 34, n. 4 (2010), p. 245-259.

BC Z-582

El reino de las artes y la cultura puede verse como algo efímero y poco adaptado a la 'intromisión' del análisis cuantitativo. Basándose en un análisis de los resultados de investigaciones recientes relacionadas con las estrategias multi-plataforma en la industria de la televisión, este artículo estudia lo que es distintivo de la economía de la cultura, y evalúa los recursos de casación, y también los desafíos asociados con la realización de trabajos de investigación académica en esta área en particular.

[45]

Economic valuation of contemporary art museum: correction of hypothetical bias using a certainty. Ana María Bedate [et al.]. Referencias bibliográficas, p.196-199. Texto en inglés.

En: *Journal of cultural economics*. V. 33, n. 3 (2009), p. 185-199.

BC Z-582

Las influencias marginales en los ejercicios de evaluación son a menudo difíciles de cuantificar y de corregir debido a la naturaleza hipotética del método mismo. Un problema común son las influencias hipotéticas, que en años recientes, han sido dispuestas de varias maneras, particularmente la inclusión de ciertas preguntas en los cuestionarios de evaluación. Se analiza aquí el impacto derivado de aplicar diferentes correcciones basadas en las preguntas abiertas o con múltiples respuestas posibles en los ejercicios de evaluación económica en los contextos de un museo español de arte contemporáneo: El Patio Herreriano de Valladolid.

[46]

Economics of art and culture: invited papers at the 12th international conference of the Association of Cultural Economics International. Editor, Victor A. Ginsburgh. Amsterdam [etc.]: Elsevier, 2004. XV, 240 p.: tablas. (Contributions to economic analysis; 260). Bibliografía. ISBN 0-444-50995-X
BC 13946

Serie dedicada por la editorial a un conjunto de estudios, hasta el momento inéditos, relativos al análisis económico que incluyen tanto los aspectos teóricos, como prácticos y de investigación. Los investigadores han utilizado diferentes métodos en función del origen de sus investigaciones. Se tratan áreas de la política cultural, la economía de la cultura en las diferentes industrias como el cine, la televisión, la prensa, los mercados emergentes, el circuito de la música en Londres durante la centuria de los años ochenta, la industria americana del arte en el siglo XX, la credibilidad de la política del gobierno, casos prácticos como el "Built Heritage", distribuidos en un total de catorce capítulos.

[47]

Gordon, John C. **International measurement of the economic and social importance of culture: draft 2006-08-9.** Prepared by John C. Gordon and Helen Beilby-Orrin. Paris: Organisation for Economic Co-Operation and Development, 2006. 99 p.: ilustraciones gráficas. Título tomado de la cubierta. Texto en inglés.
BC CAJA-279 FOLL-3

Este informe proporciona información sobre el proyecto de la OCDE para estudiar la posibilidad de producir fiables medidas internacionales comparativas del sector de la cultura. Como parte del proyecto, las medidas iniciales se produjeron en cinco países y cuatro ciudades. Una versión preliminar del documento fue distribuido en agosto de 2006 y, posteriormente, se celebró en París en diciembre de 2006 un taller internacional de expertos. Los comentarios y recomendaciones de los participantes en el taller y de otros han sido incorporados en este documento.

[48]

Hellmanzik, Christiane. **Artistic styles: revisiting the analysis of modern artists' careers.** Referencias bibliográficas, p. 231-232. Texto en inglés.
En: *Journal of cultural economics*. V. 33, n. 3 (2009), p. 201-232.
BC Z-582

Se estudia una muestra global de doscientos catorce artistas visuales nacidos entre 1850 y 1945, según dos métodos analíticos, uno basado en la fecha de nacimiento, y otro basado en los estilos en que se encuadran, con el fin de establecer una serie de características comunes y variables sobre la producción de arte moderno y los ciclos profesionales y creativos de los agentes del mismo.

[49]

Hernández Pavón, Enrique. **Desarrollo de sistemas culturales territoriales: las actividades económicas vinculadas a la cultura: estudio de caso: la Semana Santa de Sevilla: economía de una tradición popular**. [Recurso electrónico]. Bibliografía, p. 99.

En: Cuadernos de economía de la cultura. Sevilla: Oikos. N. 4-5 (jul. 2005-jun. 2006), p. 83-99.

BC Z-781

La Semana Santa de Sevilla es una tradición popular que puede ser estudiada como paradigma de acontecimiento cultural impulsor de actividad económica, materializada en empleos y rentas para los habitantes de la ciudad. El autor considera que el caso contiene muchos de los aspectos que interesan en el análisis y la acción que preocupa y defiende el proyecto DELTA. Cultura, sociedad y economía confluyen actualmente en la vida de la ciudad, formando parte de la comprensión del territorio urbano.

[50]

Hodgson, Douglas J. **Age price profiles for Canadian painters at auction**.

En: Journal of cultural economics. V. 35, n. 4 (2011), p. 287-308.

BC Z-582

Se lleva a cabo un análisis empírico de los efectos sobre el precio de la subasta de un cuadro canadiense de la edad del pintor en el momento de la creación de la pintura. Además se considera la posibilidad de que la relación edad-precio ha cambiado con el tiempo.

[51]

Katsuura, Masaki. **Lead-lag relationship between household cultural expenditures and business cycles**.

En: Journal of cultural economics. V. 36, n. 1 (2012), p. 49-65.

BC Z-582

Estudio empírico de la forma en que el gasto cultural de los hogares en Japón se corresponde con los ciclos de negocio. Puesto que el nivel de ingresos es uno de los elementos más importantes que determinan la demanda cultural, y los ingresos fluctúan con los ciclos de negocio, este análisis es útil, particularmente para analizar la elasticidad de los ingresos de la demanda cultural. Los resultados indican que los gastos culturales fluctúan de forma cíclica con avances y retrocesos inestables en función del ciclo económico.

[52]

Kushner, Roland J.; Cohen, Randy. **Measuring national-level cultural capacity with the National Arts Index**. Bibliografía, p. 39-40.

En: International journal of arts management. V. 13, n. 3 (spring 2011), p. 20-40.

BC Z-697

Artículo referente al índice de las artes (National Arts Index), donde se expone que fue desarrollado para proporcionar un proceso dinámico y completo que permita medir la viabilidad de las artes y la cultura de los Estados Unidos.

[53]

Lasuén Sancho, José Ramón; Olmedillas Blanco, Blanca; Zofío Prieto, José Luis. **El comercio exterior de los servicios culturales españoles en el marco de la OCDE**. Madrid: Fundación Autor, 2004. 343 p. (Datautor). Bibliografía, p. 337-343.
BC 3952

Se analizan las características de los intercambios de servicios culturales en los principales países de la OCDE y, particularmente en España. Para ello, se utilizan los análisis existentes acerca de la producción y consumo genérico de servicios, así como de sus intercambios exteriores, a fin de realizar después valoraciones respecto a los culturales y recreativos. Se trata de analizar los servicios culturales y recreativos, extendiendo el conocimiento relativo a definiciones, características y clasificaciones de los servicios en general al de los servicios culturales y recreativos.

[54]

López, José Alberto. **El papel económico de la cultura = The economic role of culture**. Texto en español e inglés.
En: Láviz: revista internacional del arte. N. 268 (2011), p. 7.
BC Z-493

El arte y la cultura no escapan a la crisis, tanto en el sentido económico como en el de la desestabilización de las instituciones culturales. En el mundo cultural español, al recorte presupuestario de las administraciones públicas se suma el de las instituciones privadas, y en ambos casos se seguirán aplicando recortes previsiblemente en los próximos ejercicios. Considera el autor que en este país se suele pensar que la cultura es un lujo que no produce riqueza, cuando en realidad aporta evidentes beneficios económicos.

[55]

Marsh, Kevin; Bertranou, Evelina. **Can subjective well-being measures be used to value policy outcomes?: the example of engagement in culture**. Incluye referencias bibliográficas, p. 309-310.
En: Cultural Trends. Vol. 21-4, n. 84 (dec. 2012), p. 299-310.
BC Z-601

Este artículo analiza un nuevo método de análisis sobre las políticas públicas culturales que quiere ser llevado a cabo en Inglaterra. Dicho método toma como base los ingresos y gastos de los hogares en actividades culturales (cine, conciertos, etc.) para identificar la participación en la cultura de los ingleses.

[56]

Pinnock, Andrew. **The Grampian Hills: an empirical test for rent-seeking behaviour in the arts**.
En: Cultural trends. V. 16-3, n. 63 (Sept. 2007), p. 277-294.
BC Z-601

Este artículo sugiere una prueba gráfica más sencilla para la captación de rentas en el mundo del arte sin fines de lucro. El autor aspira a revitalizar el debate sobre las artes y la búsqueda de rentas sobre sus buenos y malos efectos, sobre las posibles técnicas de diagnóstico y las posibles medidas de control.

[57]

Prieto Rodríguez, Juan; Ateca Amestoy, Victoria. **¿Qué han aprendido los economistas del consumo cultural?**

En: G + C: revista de gestión y cultura. N. 14 (nov-dic. 2011), p. 68-71.

BC Z-773

La Economía de la Cultura ha contribuido a la mejora del conocimiento sobre la participación en las artes mediante la aplicación de los métodos de investigación típicos de la ciencia económica que consisten, básicamente, en la utilización de herramientas de análisis teórico y empírico.

[58]

Sánchez Maldonado, José; Cabrera Yeto, Susana; Sánchez Tejeda, Ana María. **Economía de la cultura: cultura y desarrollo local**. [Recurso electrónico].

En: XIII Encuentro de Economía Pública. (2006), 25 p.

Documento disponible en Internet.

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3132593>

BC Unidad E

El objetivo de este trabajo es analizar los posibles efectos de la cultura en un territorio: no sólo aquellos que provienen de los visitantes y turistas y de exportar bienes culturales, sino también los efectos sociales y ambientales.

[59]

White, Andrew. **A grey literature review of the UK Department for Culture, Media and Sport's Creative Industries Economic Estimates and Creative Economy Research programme**. Referencias bibliográficas, p. 343. Texto en inglés.

En: Cultural trends. V. 18-4, n. 72 (dic. 2009), p. 337-343.

BC Z-601

El Departamento de Cultura, Medios y Deportes del Reino Unido (UK Department for Culture, Media and Sport, DCMS), realiza cada año un informe estimativo del tamaño, el ámbito y las actividades de las industrias culturales británicas. Paralelamente a este informe, se desarrolla el programa de Economía Creativa (Creative Economy Programme, CEP), que asesora y modifica las metodologías usadas para producir estadísticas. Este programa emite periódicamente dos documentos que informan sobre las fuentes primarias y las metodologías usadas para medir y clasificar las industrias culturales, tanto como de la literatura académica apropiada.

Las cifras de la cultura

[60]

Cuenta satélite de la cultura en España. [Recurso electrónico]. Madrid: Ministerio de Cultura, Subdirección General de Publicaciones, Información y Documentación, 2009-2011. v. gráficos.

Se incluye un avance de resultados 2000-2007; 2000-2008; avance y resultados detallados 2000-2009; resultados detallados 2009-2012 y la metodología de la Cuenta satélite de la cultura perteneciente al Plan estadístico Nacional 2009-2012.

Disponible en versión electrónica.

Avance y resultados detallados 2000-2009:

<http://www.mcu.es/estadisticas/MC/CSCE/index.html>

Metodología:

<http://www.mcu.es/estadisticas/MC/CSCE/Metodologia.html>

BC Unidad E

La Cuenta Satélite de la Cultura en España es una operación estadística elaborada por el Ministerio de Cultura perteneciente al Plan Estadístico Nacional. Su objetivo es proporcionar un sistema de información económica relacionado con la cultura, diseñado como satélite del sistema principal de Cuentas Nacionales, que permita estimar el impacto de la cultura sobre el conjunto de la economía española.

[61]

Dalle Nogare, Chiara; Galizzi, Matteo Maria. **The political economy of cultural spending: evidence from Italian cities.**

En: *Journal of cultural economics*. V. 35, n. 3 (2011), p. 203-231.

BC Z-582

Se investiga la relación entre el gasto en cultura de los municipios italianos entre los años 1990 y 2000 y una serie de variables políticas, indicadores de control, características económicas y socio-demográficas de la población, el nivel de capital humano y la instrucción.

[62]

The economy of culture in Europe. KEA European Affairs. Brussels: European Commission, 2006. 355 p. Título en francés: *L'économie de la culture en Europe*. Documento disponible en Internet.

http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc873_en.htm

BC 18791

Informe realizado a petición de la Comisión Europea, sobre la importancia de la cultura para la economía del continente. El estudio, presentado a los ministros europeos de cultura de los Estados miembros de la UE, afirma que la cultura contribuye a la subida del 2'6 % del PIB de la Unión y da trabajo al menos a cinco millones ochocientos mil europeos.

[63]

Fernández Blanco, Víctor. **Evolución del gasto en política cultural exterior: una aproximación**. Madrid: Real Instituto Elcano, 2005. 48 p.: ilustraciones gráficos. (Documento de Trabajo (DT); 44-2005). Título tomado de la cubierta.

Documento disponible en Internet.

http://www.realinstitutoelcano.org/documentos/223/223_Fernandez.pdf

BC CAJA-277 FOLL-17, Unidad E

El objetivo de este informe es conocer las cifras económicas que la cultura española mueve en el sector exterior y cuantificar, en la medida de lo posible, el compromiso público y privado con la promoción y difusión de nuestra cultura en el resto del mundo.

[64]

Gómez de la Iglesia, Roberto. **Crisis y gestión cultural: una oportunidad para la innovación**.

En: G + C: revista de gestión y cultura. N. 1 (sept.-oct. 2009), (Ejemplar dedicado a: la privatización de la cultura), p. 46-49.

BC Z-773

Los datos estadísticos con respecto a las variables socioeconómicas fundamentales como la actividad industrial o el empleo, parecen decir "malos tiempos para la lírica". Y, sin embargo, parece como si se asistiera en paralelo a un renacimiento conceptual de la cultura y de la creatividad. Para el autor, es el momento de atreverse a innovar, cree que, un buen ejemplo de lo que supone abordar nuevas miradas en la gestión cultural, es la plataforma "Disonancias", la cual abre para la cultura espacios que antaño fueron exclusivos de la "economía real" descubriendo nuevos territorios a artistas que quieren aplicar sus competencias en el mundo de la empresa.

[65]

Jaén García, Manuel; Piedra Muñoz, Laura. **Los efectos redistributivos de la política cultural en España: una perspectiva desde la encuesta de presupuestos familiares**. [Recurso electrónico]. Bibliografía, p. 19.

En: Cuadernos de economía de la cultura. Sevilla: Oikos. N. 6 (dic. 2006), p. 21-35.

Documento disponible en Internet.

http://www.oikos.org.es/mnu_ec/pdf_ec6/art_efectos.pdf

BC Z-781, Unidad E

Este estudio concluye que tanto los hogares como, fundamentalmente, las administraciones públicas han ido aumentando su gasto en esparcimiento en general y cultura en particular a lo largo de los años, lo que ha dado lugar a una mayor incidencia. Al mismo tiempo, en los tres años 1987, 1991 y 2002 objeto de estudio, comprobamos que las familias con mayor nivel de renta gastan más, y por tanto, se benefician en mayor medida del gasto público, lo que confirma su carácter regresivo.

[66]

López Sintas, Jordi; García Álvarez, Ercilia. **The consumption of cultural products: an analysis of the Spanish social space**. Bibliografía, p. 115-138.

En: Journal of cultural economics. V. 26, n. 2 (May. 2002), p. 115-138.

BC Z-582

Análisis del consumo social de productos culturales por los españoles desde el punto de vista de la microeconomía y la sociología.

[67]

Mañas Alcón, Elena; Gabaldón Quiñones, Patricia. **Los servicios culturales desde la perspectiva del gasto familiar.**

En: Información comercial española ICE. N. 792 (jun.-jul. 2001), (Ejemplar dedicado a: Economía de la cultura), p. 61-78.

BC 8611

A partir de los datos de las Encuestas de Presupuestos Familiares de 1980 a 1997 se muestra el consumo familiar de servicios culturales, las variaciones del consumo según las características socioeconómicas de los hogares y la influencia de éstas en el consumo de servicios a través de un análisis econométrico.

[68]

Marco Serrano, Francisco; Rausell-Köster, Pau. **Análisis de la productividad en el sector de la cultura y el ocio español: una perspectiva regional.**

En: Estudios de economía aplicada. Vol. 24-2 (2006), p. 699-722.

BC IC 26

El sector de la industria de la cultura y el ocio representa una creciente participación en el PIB de la economía española. Este trabajo analiza los datos obtenidos entre 1993 y 1997 y concluye que las mejoras de la productividad en las industrias culturales explican esa creciente participación en el PIB, que los incrementos de productividad vienen dados principalmente por variaciones en el progreso técnico y que la Comunidad de Madrid ejerce un indiscutible y creciente liderazgo en este proceso. Resúmenes en español e inglés

[69]

Palma Martos, Luis Antonio. **Economía de la cultura: una disciplina de la ciencia económica.** [Recurso electrónico].

En: Cuadernos de economía de la cultura. N. 1 (ene.- jun. (2003).

Documento disponible en Internet.

http://www.oikos.org.es/mnu_ec/pdf_ec1/art_economia.pdf

BC Z-781, Unidad E

Visión general de la relación entre economía y cultura. Se expone, a partir de una serie de datos estadísticos, el peso económico de la que se denomina industria cultural y se muestra cómo pueden ayudar las herramientas del Análisis Económico al entendimiento del proceso creativo y su posterior difusión social a través de diversos tipos de asignación (mercados, economía pública).

[70]

El valor económico de la cultura en España. Madrid: Ministerio de Cultura, Subdirección General de Publicaciones, Información y Documentación, 2006. 206 p.: gráficos. En la cubierta: VecE. En la portada: Ministerio de Cultura. Secretaría General Técnica. División de Estadística. ISBN 978-84-8181-326-5

Documento disponible en Internet.

<http://www.mcu.es/estadisticas/MC/VecE/2000-2004/Presentacion.html>

BC 5511, 10651, 14574, A12833, BM OR 5 Titul: 6, BM OR 5 Titul: 6, Unidad E

El objeto del presente estudio es la elaboración de estimaciones del valor económico y de la contribución al PIB español de las actividades culturales y de aquellas vinculadas con la propiedad intelectual para el periodo 2000-2004, utilizando como fuente básica la Contabilidad Nacional y complementando esta información con otras fuentes estadísticas oficiales directas.

[71]

El valor económico de la cultura en España: resultados 2000-2005. Madrid: Secretaría General Técnica, Subdirección General de Publicaciones, Información y Documentación, 2008. 16 p.: gráficos.

Documento disponible en Internet.

<http://www.calameo.com/read/0000753357be9af80cd53>

BC CAJA-8 FOLL-28, A13339, Unidad E

Se ofrecen las principales estimaciones correspondientes al año 2005 del proyecto de investigación *El valor económico de la cultura*, cuyos primeros resultados fueron difundidos en 2007 por el Ministerio de Cultura, completando así la serie correspondiente al sexenio 2000-2005. El proyecto, en el que el Ministerio de Cultura ha contado con la colaboración de expertos de universidades, tiene por finalidad ofrecer estimaciones del valor económico y de su contribución al Valor Añadido Bruto y al PIB del sector cultural y de aquellos vinculados con la propiedad intelectual.

2. ECONOMÍA DEL ARTE Y DEL PATRIMONIO

[72]

Albi Ibáñez, Emilio. **Economía de las artes y política cultural.** Madrid: Instituto de Estudios Fiscales, 2003. 204 p. (Estudios de hacienda pública). ISBN 84-8008-145-7

BC 8575

Se revisan las actuales líneas de investigación en la "economía de las artes", así como los elementos económicos básicos de la misma. Junto a la revisión de los diferentes enfoques existentes en la literatura económica sobre la formación del gusto por el arte, se exponen las pautas económicas del consumo de arte encontradas en los estudios empíricos, se analizan las particularidades de la función de producción, y el fenómeno conocido como "enfermedad de los costes". Finalmente se estudia la política cultural en el ámbito de las artes y del patrimonio histórico.

[73]

Alonso Hierro, Juan; Sanz Martín de Bustamante, Marcos. **El patrimonio histórico de España desde una perspectiva económica: una primera aproximación al gasto en conservación, restauración y rehabilitación del patrimonio histórico español.** Madrid: Fundación Caja Madrid, 2000. 37 p.: gráficos. Bibliografía, p. 41-42. Incluye anexo estadístico.

BC CAJA-59 FOLL-4

Estudio sobre el gasto de conservación, restauración y rehabilitación del Patrimonio Histórico Español referido al año 1998, considerado para la economía de la cultura como un importante activo económico, en especial como soporte del turismo, primera industria del país. Incluye tablas de indicadores del sector público y del privado. Conclusiones relativas al amplio campo de actividad a desarrollar por la sociedad civil y los índices de implicación en términos per cápita y de PIB.

[74]

Alonso Hierro, Juan; Martín Fernández, Juan. **Preservación del patrimonio histórico de España: análisis desde una perspectiva económica: el gasto en conservación, restauración y rehabilitación del patrimonio histórico español: actualización y comparación internacional**. Madrid: Fundación Caja Madrid, 2004. 60, 50 p.: gráficos.

Documento disponible en Internet.

<http://www.fundacioncajamadrid.es/Ficheros/CMA/ficheros/patri-edic-descarga-ecc2.PDF>

BC 6111, Unidad E, BM PA

Esta publicación continúa la que se publicó en el año 2000 con datos relativos a 1998, sobre el patrimonio histórico de España desde una perspectiva económica y, al igual que aquella, ésta tiene como objetivo ofrecer una estimación del gasto en conservación, restauración y rehabilitación de los bienes, previsto y realizado desde los ámbitos público y privado. En este caso las cifras utilizadas se refieren al año 2000, lo que permite contar con una perspectiva temporal de la que la anterior investigación carecía. La perspectiva espacial se ha abordado tomando en consideración a tres países que tienen cierta similitud con el nuestro, Italia, Francia y Portugal. Además de lo señalado hay otros 2 temas colaterales, objeto también de este estudio: 1) las transferencias que reciben la Iglesia para la conservación de bienes culturales y 2) la creciente importancia del turismo cultural, como factor de desarrollo económico y su vinculación con el gasto de preservación del patrimonio.

[75]

Anheier, Helmut. **¿Cómo puede el sector cultural sobrevivir a la crisis financiera?** [Recurso electrónico].

En: LabforCulture.org. Ámsterdam: European Cultural Foundation. (en. 2009), 9 p.

Documento disponible en Internet.

http://live.labforculture.org/2009/01/financiacrisis/files/Financiacrisis%20Crisis_ES.pdf

BC Unidad E

Este artículo analiza cómo responden las artes y el sector cultural a la creciente incertidumbre de la economía global y cómo puede sobrevivir el sector ante la tormenta que se avecina.

[76]

Associació d'Artistes Visuals de Catalunya. **La dimensión económica de las artes visuales en España**. Barcelona: Associació d'Artistes Visuals de Catalunya, 2006. 211 p.: gráficos. Bibliografía. Índice. Subtítulo de la cubierta: deavE.

BC 10676

Se abordan en este estudio la magnitud y las características de la economía de las Artes Visuales en España, a partir de la creación en 2005 del Centro de Innovación y Desarrollo de las Artes -CIDEA-. Se analizan los procesos de creación de conocimientos sobre la economía del sector, tanto los empíricos -datos e indicadores-, como los complementarios de preparación de innovaciones necesarias para el desarrollo de las capacidades productivas y creativas del sector. Se presentan los programas en marcha desde el periodo inicial de 2005-2006, con especial atención a la cadena de valores de las artes visuales: la producción, la formación, la comercialización, la difusión y la relación con las administraciones públicas.

[77]

Baumgarth, Carsten. **Brad orientation and museums: "model and empirical results"**. Bibliografía, p. 43-45. Texto en inglés.

En: *International journal of arts management*. Vol. 11, n. 3 (spring 2009), p. 30-45.
BC Z-697

Los museos, en la actualidad, operan en un mundo cambiante de desafíos sociales y económicos, en el que la profesionalización de sus responsables es cada vez más necesaria. Muchos museos están empezando a gestionarse como marcas o firmas, de importar prácticas propias del mundo empresarial. Este fenómeno, aunque cada vez más importante, apenas ha sido estudiado dado su carácter reciente. Se presenta un cuestionario y un modelo de gestión de marca para museos, cuyas principales características han sido comprobadas mediante datos reales provenientes de las estadísticas de doscientos cincuenta museos alemanes, a pesar, sin embargo, de que en ellos apenas han aparecido prácticas de "branding" o adopción de imagen de marca.

[78]

Beggs, Alan; Graddy, Kathryn. **Failure to meet the reserve price: the impact on returns to art**.

En: *Journal of cultural economics*. V. 32, n. 4 (2008), p. 301-320.
BC Z-582

En el negocio del arte, se proclama que cuando una obra en una subasta, no alcanza el precio de reserva o no se vende, tiene menos posibilidades de ser vendida en el futuro. A partir de esta premisa y de un conjunto de pinturas que fueron presentadas a subasta y que no alcanzaron el mencionado precio, se ha construido una base de datos específica con la finalidad de probar semejante proposición.

[79]

Botella, Juan. **Museo Guggenheim: ¿cultura o marketing?**

En: *Galería Antiquaria*. Año XX, n. 208 (sept. 2002), p. 76-78.
BC Z-452

Pasados cinco años desde su inauguración, la situación actual del museo Guggenheim es de cierto agotamiento. La programación de exposiciones va disminuyendo, tal vez influenciado por la situación económica en que se ve su padre neoyorquino.

[80]

Congreso Internacional "Restaurar la Memoria" (7. 2010. Valladolid). **Economía del patrimonio cultural: actas VII Congreso Internacional AR&PA 2010, Valladolid, 12, 13 y 14 de noviembre de 2010**. Valladolid: Consejería de Cultura y Turismo, 2011. 318 p.:

ilustraciones color, gráficos, mapas. Incluye referencias bibliográficas.

ISBN 978-84-9718-646-9

BC 23218

Este congreso analiza el impacto económico y social que genera la gestión del patrimonio cultural en nuestras ciudades, regiones o países, a través de proyectos concretos relacionados con la protección, conservación, puesta en valor y gestión de los recursos patrimoniales.

[81]

Digital library economics: an academic perspective. Edited David Baker, Wendy Evans; assisted, Claire Stevens. Oxford; Cambridge; New Delhi: Chandos Publishing, 2009. 315 p.: ilustraciones gráficos. (Information professional series). Referencias bibliográficas. Índice. Texto en inglés. ISBN 978-1-84334-403-2
BC 7320

Análisis del presente y del futuro de las bibliotecas digitales y su desarrollo desde décadas pasadas. En un total de quince capítulos firmados se abordan aspectos de la economía, coste, modelos y sostenibilidad, planes de negocio, colecciones digitales, personal, usuarios etc. con especial atención a los casos de Reino Unido, Estados Unidos, Australia, Alemania y desde una perspectiva mundial; desarrollo de los "e-books" y "e-journal" y del proyecto CREE; predicción de futuro en el año 2000.

[82]

Estudio de impacto económico del conjunto monumental de la Alhambra y Generalife en la ciudad de Granada. María del Mar Villafranca Jiménez, Victoria Eugenia Chamorro Martínez. Granada: Patronato de la Alhambra y el Generalife: Consejería de Cultura, Junta de Andalucía: Comares, 2007. 310 p.: gráficos. Bibliografía: p. 300-307. ISBN 978-84-9836-318-0
BC 9671

Especialistas de la Cultura y del Patrimonio se dan cita en esta publicación, para compartir sus investigaciones sobre el Conjunto monumental de la Alhambra y el Generalife, considerado un motor de la economía, la cultura y la sociedad tanto de la ciudad como del Estado, tratando de conciliar estos aspectos con su imagen histórica y estética. Se realiza un análisis pormenorizado de todos los sectores implicados desde el turismo, también la situación geopolítica, con atención del factor climático etc. Se incluyen tablas y gráficos, datos estadísticos referidos al año 2003, y fuentes documentales.

[83]

Everitt, Sian. **"Arts and economic prosperity III": a review.** Referencias bibliográficas, p. 321. Texto en inglés.
En: Cultural trends. V. 18-4, n. 72 (dic. 2009), p. 315-321.
BC Z-601

Americanos para el Arte (Americans for the Art, AFA), es una organización sin ánimo de lucro que reclama el avance de las artes a la hora de crear oportunidades para participar y apreciar las artes. En 2007 publicó su tercer estudio de impacto (tras los de 1992 y 2000) de las artes sobre la economía, examinando el papel de las artes en el sector de la economía de la cultura y las organizaciones no lucrativas en los Estados Unidos.

[84]

Gallego, Joaquín. **El impacto económico de mercado del arte en España.**
En: Patrimonio cultural de España. N. 3 (2010), p. 143-157.
Disponible en versión electrónica.
<http://www.calameo.com/read/0000753350073786588d3>
BC Z-770

El estudio sobre mercado del arte español y su relación con la economía toma como punto de partida cronológica el año 1975, y se centra en los análisis del mercado del arte español en nuestro actual siglo, con la fase de comercialización como eje principal, además del análisis de ferias y museos, junto al coleccionismo corporativo y los museos o coleccionismo privado.

[85]

Greffe, Xavier. **Arts and artists from an economic perspective**. Translation, Latika Saghal, Xavier Greffe. 1ª ed. Paris: Unesco; London: Economica, 2002. X, 312 p. Bibliografía: p. 299-306. Índice. Traducción de: Arts et artistes au miroir de l'économie. ISBN 92-3-103834-6 (Unesco) ISBN 2-7178-4362-0 (Economica) BC 11673

Este libro analiza la relación entre las bellas artes y la economía. Muestra la contribución del arte al crecimiento económico y al desarrollo, y el impacto que los factores económicos producen en la creación artística. El autor identifica los factores que pueden afectar a la aparición, la prosperidad y la desaparición de actividades artísticas. Comienza con un análisis del mercado artístico, donde los actores no pueden ser medidos por criterios estándares económicos. El elenco lo conforman los usuarios, que en principio no son conscientes del tipo de satisfacción que pueden obtener de obras de arte de carácter desconocido, los productores que no saben si sus gastos serán cubiertos y los artistas más preocupados por la musa de la inspiración que por el arte demandado por la sociedad. El libro explora las diversas dinámicas que influyen en el desarrollo del sector artístico: creando balance entre lo heredado por tradición y las nuevas creaciones

[86]

Guintcheva, Guergana; Passebois, Juliette. **Exploring the place of museums in European leisure markets: an approach based on consumer values**. En: International journal of arts management. Vol 11, n. 2 (winter 2009), p. 4-19. BC Z-697

Artículo que investiga el lugar de los museos en los mercados del ocio europeos desde el punto de vista de los valores del consumidor para ilustrar la importancia de la competencia indirecta dentro de este sector.

[87]

Guirao Cabrera, José. **La importancia económica del mercado del arte y el coleccionismo**. [Recurso electrónico]. En: Cuadernos de economía de la cultura. Sevilla: Oikos. N. 3 (en.-jun. 2004), p. 61-65. Acceso al documento: http://www.oikos.org.es/mnu_ec/pdf_ec3/not_importancia.pdf BC Z-781

Este artículo analiza la historia del coleccionismo y el mercado del arte en España. Explica que ha sido en los últimos treinta años cuando el Estado ha tomado parte en recopilar obras de arte contemporáneo de valor y difundirlas a través de los museos estatales.

[88]

Herrero Prieto, Luis César. **Economía del patrimonio histórico**. En: Información comercial española ICE. N. 792 (jun.-jul. 2001), (ejemplar dedicado a: Economía de la cultura), p. 151-168. BC 8611

Exposición de las bases analíticas de la economía del patrimonio histórico y de sus particularidades, frente a las industrias culturales o de las artes escénicas.

[89]

Herrero Prieto, Luis César; Sanz Lara, José Ángel; Bedate Centeno, Ana María. **Valoración económica de bienes públicos en relación al patrimonio cultural de Castilla y León: propuesta metodológica y aplicación empírica.** [Recurso electrónico].

En: Revista de investigación económica y social de Castilla y León. N. 6 (2003), p. 6-122.

Acceso al documento:

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=1421927>

BC Unidad E

Esta investigación tiene como objetivos el análisis tipológico del turismo cultural de museos, así como el cálculo de la disposición a pagar por el público en dos vertientes: primero, como estimación de precios de entrada, es decir, como valoración de un consumo cultural específico; y, segundo, como estimación de cuotas de donación, o sea, de contribución a la financiación de los gastos de creación y sostenimiento de estos bienes públicos objeto de estudio.

[90]

Martin, Bénédicte. **How visual artists enter the contemporary art market in France: a dynamic approach based on a network of tests.**

En: International journal of arts management. Vol. 9, n. 3 (spring 2007), p. 16-33.

BC Z-697

Análisis de la dinámica de la inserción de los artistas plásticos en el mercado del arte contemporáneo en Francia.

[91]

Molina Soto, Eduardo J. **La intervención de la Administración en el mercado cultural: las subastas.** [Recurso electrónico]. Incluye referencias bibliográficas, p. 18.

En: Cuadernos de economía de la cultura. Sevilla: Oikos. N. 3 (en.-jun. 2004), p. 27-41.

Acceso al documento:

http://www.oikos.org.es/mnu_ec/pdf_ec3/art_intervencion.pdf

BC Z-781

El mercado del arte atraviesa una etapa de gran efervescencia económica. Las subastas de bienes culturales son un vivo reflejo de esta situación, en las que las cotizaciones alcanzan cifras astronómicas que son noticia en los medios. La Administración no sólo ocupa un lugar en medio de este mercado, sino que el ordenamiento le otorga la posibilidad de ostentar un papel protagonista mediante la intervención directa en el proceso de puja de las subastas, a través del ejercicio de determinados derechos para adquirir bienes subastados.

[92]

Muriel Ramírez, Manuel J. **Patrimonio industrial y economía de la cultura: la reconversión de los ferrocarriles históricos en el oeste andaluz.** [Recurso electrónico]

En: Cuadernos de economía de la cultura. Sevilla: Oikos. N. 4-5 (en.-jun. 2006), p. 141-155.

Acceso al documento:

http://www.oikos.org.es/mnu_ec/pdf_ec4_5/not_patrimonio.pdf

BC Z-781

Desde el punto de vista de la historia económica y de la teoría de la microeconomía, se pretende llevar a cabo una indagación sobre el estado actual del patrimonio ferroviario en la provincia de Huelva; un estudio de las posibilidades de reconversión, con finalidad cultural y como oferta de ocio.

[93]

La obra como marca: la Tate Modern estudia el negocio del arte.

En: *Lápiz: revista internacional de arte*. Año XXVIII, n. 257 (nov. 2009), p. 20.
BC Z-493

La Tate Modern de Londres ha montado una exposición, *Pop Life in a material world*, que trata sobre la mercantilización del mundo del arte y sobre el papel que la economía ha jugado en los artistas actuales, muchos de los cuales, han optado por una más o menos sofisticada estrategia comercial para vender sus obras y hacerse un nombre como parte de sus planteamientos artísticos.

[94]

Palma Martos, Luis Antonio. **Mercado del arte y economía de la cultura**. [Recurso electrónico].

En: Cuadernos de economía de la cultura. Sevilla: Oikos. N. 3 (en.-jun. 2004), p. 15-25.
Acceso al documento:

http://www.oikos.org.es/mnu_ec/pdf_ec3/art_mercado.pdf

BC Z-781

El autor analiza el concepto económico del arte, las características estructurales del mercado del arte, el objeto artístico como mercancía y sus precios, teniendo en cuenta el lugar de la venta, la fecha y las propiedades físicas de la obra.

[95]

Perrini, Francesco; Salvi, Antonio; Teti, Emanuele. **Investing in art movements: the case of surrealist paintings**.

En: *International journal of arts management*. Vol. 10, n. 2 (winter 2008), p. 27-39.
BC Z-697

Se analiza el rendimiento de la inversión en las artes, aplicando el índice de precios de las casas de subastas y llevando a cabo un estudio de la evolución de un segmento del mercado del arte.

[96]

Ramírez, Juan Antonio. **El arte no es capital (I): cifras y comparaciones**. Textos en español y su traducción al inglés.

En: *Lápiz: revista internacional de arte*. Año XXVIII, n. 256 (oct. 2009), p. 27-47.
BC Z-493

El autor analiza las relaciones entre el arte y el dinero en la primera parte de su ensayo *El arte no es el capital* en el que considera que en las últimas décadas se ha consolidado el "sistema del arte". Se sabe lo que cuestan las obras que salen a subasta, esas cotizaciones son los indicadores más fiables para conocer el precio del arte. El principal volumen de negocio se desarrolla en Estados Unidos, Reino Unido y Francia.

[97]

Ramírez, Juan Antonio. **El arte no es capital (II): para una economía imaginativa.** Texto paralelo en español y en inglés.

En: *Lápiz: revista internacional de arte*. Año XXVIII, n. 257 (nov. 2009), p. 27-53.

BC Z-493

El autor analiza las relaciones entre el arte y el dinero en la segunda parte de su ensayo *El arte no es el capital*. Comenta que el arte y el dinero no son realidades incompatibles, pero sí demasiado heterogéneas como para que puedan conjugarse bien. A pesar de ello, no sólo ha habido artistas que han hecho de la promoción de sí mismos y su obra con fines comerciales como parte de su filosofía estética, sino que algunos incluso han hecho del dinero y de lo relacionado con las transacciones económicas un tema artístico, que puede resultar instructivo para el conocimiento de las relaciones entre el capital y el mundo de la cultura, o para el de la economía.

[98]

Rausell Köster, Pau; Montagut Marqués, Julio. **La privatización de bienes culturales: ¿una alternativa?**

En: *Patrimonio cultural de España*. N. 3 (2010), p. 109-127.

Disponible en versión electrónica.

<http://www.calameo.com/read/0000753350073786588d3>

BC Z-770

Aproximación desde la economía de la cultura a la manifestación pública de la preservación del patrimonio y la necesidad de complementarse de una manera abierta con nuevos modelos de partenariado público-privado.

[99]

Sanz Lara, José Ángel. **Valoración económica del patrimonio cultural.** Gijón: Trea, 2004.

286 p.: gráficos. (Biblioteconomía y administración cultural; 110). Bibliografía: p. 159-166.

ISBN 84-9704-143-7

BC 9924, 9817, BM PA 3 Titul: 6

Esta obra se inserta dentro del campo analítico de la economía de la cultura y más concretamente en el terreno de la economía del patrimonio histórico, siendo su objetivo principal fundamentar una propuesta metodológica de valoración económica del patrimonio cultural y desarrollar una aplicación empírica pormenorizada en un ejemplo emblemático del patrimonio histórico y cultural de la ciudad de Valladolid, el Museo Nacional de Escultura.

[100]

Siegrist Ridruejo, Pablo. **La pérdida de competitividad del mercado del arte en la Unión Europea: un reto para la política fiscal.**

En: *Unión Europea Aranzadi*. Año XXX, n. 4 (abril 2003), p. 5-12.

BC Z-614

Actualmente existe una crisis económica que afecta, de forma muy peculiar, al mercado del arte. Este estudio pretende ser una queja de las deficiencias detectadas en la política fiscal comunitaria y española, fundamentalmente en el régimen especial del IVA para objetos de arte, antigüedades y objetos de colección, cuya insuficiencia para asegurar un mercado del arte próspero en la Unión Europea ha quedado de manifiesto.

[101]

Ulibarri, Carlos A. **Perpetual options: revisiting historical returns**. Referencias bibliográficas, p. 149. Texto en inglés.

En: *Journal of cultural economics*. V. 33, n. 2 (2009), p. 135-149.

BC Z-582

El valor de las obras de arte, concretamente de las pinturas, en los mercados y subastas, depende de su autoría, de la apreciación histórica del autor al que se atribuyen y de su cotización en el mercado. También la vinculación de la obra a alguna colección destacada suele jugar a su favor en la valoración al alza de la misma. Este artículo repasa las implicaciones actuales e históricas de tales valores y la problemática de la inversión económica en el mercado del arte.

[102]

Unzueta Esteban, Sara. **El mercado del arte**. [Recurso electrónico].

En: *Boletín económico de ICE*. N. 2747, del 11 al 17 de noviembre de 2002, p. 35-43.

Documento disponible en Internet.

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=285277>

BC AR-13

El creciente interés por el arte y su mercado ha fomentado la realización de estudios económicos orientados al mejor conocimiento de la estructura y funcionamiento de este último. Dada la importancia que la actividad comercial tiene para el arte, a partir de los resultados de los principales estudios económicos llevados a cabo sobre este mercado, se analizan los factores que inciden sobre su desarrollo y funcionamiento, y las relaciones del mercado del arte con otros mercados. El trabajo está estructurado en tres partes: la primera de ellas destaca la doble dimensión económico-financiera y cultural de las obras de arte y aborda el problema de la delimitación del concepto "mercado del arte"; el segundo epígrafe resume algunos de los trabajos existentes sobre este mercado; y en el tercero se realizan una serie de observaciones a partir de los mismos.

[103]

Verdugo Santos, Javier. **Valoración económica del patrimonio artístico y cultural en Europa: benchmarking, Italia y España**. [Recurso electrónico].

En: *Cuadernos de economía de la cultura*. Sevilla: Oikos. N. 6 (dic. 2006), p. 161-163.

Documento disponible en Internet.

http://www.oikos.org.es/mnu_ec/pdf_ec6/exp_valoracion.pdf

BC Z-781

La Università degli Studi de Florencia realizó un seminario que se centró en el benchmarking cooperativo, consistente en la realización de un intercambio de información con las empresas "competidoras", en este caso exponiendo una serie de experiencias españolas en el ámbito de la gestión del patrimonio.

[104]

Vicente Hernández, Eva. **Análisis y evaluación de políticas culturales: las políticas del patrimonio histórico**. [Recurso electrónico]. Incluye referencias bibliográficas, p. 309-312.

En: *Anales de estudios económicos y financieros*. N. 18 (2008), p. 263-312.

Documento disponible en Internet.

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3042144>

BC Unidad E

Este artículo tiene como objetivo profundizar en el análisis de los distintos elementos que conforman las políticas públicas en el sector del patrimonio y sus resultados desde un punto de vista económico, centrándose en el caso específico de la política del patrimonio arquitectónico de Castilla y León.

[105]

Vicente Hernández, Eva. **Economía del patrimonio cultural y políticas patrimoniales: un estudio de la política del patrimonio arquitectónico en Castilla y León**. Madrid: Instituto de Estudios Fiscales, 2007. 583 p. Bibliografía: p. 549-571. Índices.
ISBN 978-84-8008-247-1
BC 9672

El concepto de Patrimonio ha evolucionado en los últimos años y ha llegado a tener una nueva consideración social y económica. A partir de ahí, las nuevas políticas patrimoniales han dejado de ocupar un lugar marginal en los planes de gobierno, para ganar en complejidad y ser consideradas un instrumento de gran utilidad en las políticas de desarrollo y, por tanto, capaces de mejorar el bienestar y la calidad de vida de los ciudadanos.

3. ECONOMÍA DE LAS ARTES ESCÉNICAS

[106]

Asuaga, Carolina; Lecueder, Manon. **El producto de los servicios culturales en general y de las artes escénicas en particular**.
En: G + C: revista de gestión y cultura. N. 7 (sept.-oct. 2010), (Ejemplar dedicado a: Acción cultural exterior), p. 40-45.
BC Z-773

El artículo reflexiona sobre la confusión en el ámbito de la gestión cultural que sigue existiendo en cuanto a la distinción entre producción en sentido estricto, la comercialización de los resultados productivos y el posterior consumo del mismo.

[107]

Bakhshi, Hasan; Throsby, David. **Culture of innovation: an economic analysis of innovation in arts and cultural organisations**. [Recurso electrónico]. London: Nesta, 2010. 92 p.
ISBN 978-1-84875-089-0
Documento disponible en Internet.
http://www.nesta.org.uk/library/documents/Culture_of_Innovation100610.pdf
BC Unidad E

El presente informe busca transformar la capacidad de innovación del Reino Unido. El trabajo utiliza como estudios de casos el National Theatre y la Tate Liverpool y describe las numerosas e innovadoras vías que las artes y organizaciones culturales describen para buscar públicos, eliminar fronteras artísticas y crear valor económico y cultural.

[108]

Encuentro sobre Economía de la Cultura (2. 2007. Buenos Aires). **La economía del espectáculo: una comparación internacional: II Encuentro sobre Economía de la Cultura, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, 5, 6 y 7 de septiembre 2007**. Recopilación, Carlos M. M. Elia. Barcelona: Bissap Consulting, 2009. 223 p. (CG, Cuadernos Gescénic: herramientas de gestión escénica; 3). En la cubierta: Gescénic, Cultura de gestión en artes escénicas. Incluye referencias bibliográficas. ISBN 978-84-935124-9-1
BC 21757

Con el objetivo de avanzar en el análisis de las principales variables explicativas del comportamiento de los mercados escénicos, de la producción y de la gestión escénica, así como de la intervención pública en el sector, tuvieron lugar en la Universidad de Buenos Aires una serie de exposiciones públicas y reuniones a puerta cerrada en las que participaron expertos de reconocido prestigio en la materia. De estas reuniones, se han extraído una serie de reflexiones en torno a temas clave de las artes del espectáculo que son las que se recogen en este libro.

[109]

Gestión de teatros públicos: una adaptación del cuadro de mando integral. [Recurso electrónico]. Carolina Asuaga [et al.].
En: Quantum: revista de administración, contabilidad y economía. Vol. II, n. 1 (oct. 2007), p. 93-111. 0797-7859.
Documento disponible en Internet.
Acceso al documento:
<http://www.quantum.edu.uy/abstracting/art7.pdf>
BC Unidad E

Las artes escénicas en general, y los complejos teatrales en particular, han sido objeto de estudio de la Economía de la Cultura. Sin embargo, ni la contabilidad de gestión ni la Administración, han mirado con atención las complejidades de las organizaciones culturales. En esta ponencia, se realiza primeramente una revisión de la literatura con respecto al uso de indicadores en la gestión de teatros para luego proponer un modelo de gestión para un teatro público. Se realiza una adecuación del Cuadro de Mando Integral de Kaplan y Norton, definiendo perspectivas específicas para estas organizaciones, como la de políticas culturales y las perspectivas de patrocinios y mecenazgos.

[110]

Hume, Margee. **Developing a conceptual model for repurchase intention in the performing arts: the roles of emotion, core service and service delivery**.
En: International journal of arts management. Vol. 10, n. 2 (winter 2008), p. 40-55.
BC Z-697

Recientes investigaciones en el ámbito de los servicios vivenciales, tales como el deporte extremo y el arte escénico, han estudiado las características subjetivas del contacto con éstos, centrándose en la emoción como clave del consumo y prestando poca atención a la intención de compra. Al ser precisamente la intención de recompra un reconocido impulsor de rentabilidad y sustentabilidad, se vuelve esencial entender su papel y su relación, tanto en lo que se refiere a las características subjetivas como a los aspectos utilitarios de dichos servicios. Ante lo poco que se ha estudiado la intención de recompra en el ámbito del arte, con el presente trabajo, basado en veintiséis entrevistas, se pretende llevar a cabo un estudio exploratorio para destacar los impulsores clave de la recompra.

[111]

Last, Anne-Kathrin; Wetzel, Heike. **Baumol's cost disease, efficiency, and productivity in the performing arts: an analysis of German public theaters.**

En: Journal of cultural economics. V. 35, n. 3 (2011), p. 185-201.

BC Z-582

Este trabajo analiza el desarrollo de la productividad en el sector público del teatro alemán desde las temporadas de 1991/1992 a 2005/2006.

[112]

Poisson de Haro, Serge; Normandin, Francois. **Opéra de Montréal: an inspiring turnaround.**

En: International journal of arts management. V. 12, n. 1 (fall 2009), p. 60-72.

BC Z-697

Al final de la temporada 2005-2006, la Ópera de Montreal muestra un déficit de casi dos millones de dólares, lo que pone en tela de juicio la existencia misma de la institución. El nuevo director general, Pierre Dufour, presenta un plan escalonado en tres temporadas para restablecerla.

[113]

Radbourne, Jennifer. **The audience experience: "measuring quality in the performing arts".**

Radbourne Jennifer [et. al...]. Precede al título: Market Research. Bibliografía, p. 28-29.

Texto en inglés.

En: International journal of arts management. Vol. 11, n. 3 (spring 2009), p. 16-29.

BC Z-697

Los tradicionales medidas para cuantificar la calidad en las artes escénicas incluyen las críticas, los premios, los datos de público, la reputación del director o la compañía, y consecuencias del éxito tales como la colaboración de patrocinadores prestigiosos o la presencia de la obra u obras en festivales. Sin embargo, los estudios más recientes cuestionan la validez de tales presupuestos para cuantificar el éxito de las artes escénicas actuales, y se interroga sobre valores tales como la autenticidad o la experiencia personal.

[114]

Towse, Ruth. **Quis custodiet? or managing the management: the case of the Royal Opera House, Covent Garden.**

En: International journal of arts management. Vol 3, n. 3 (spring 2001), p. 38-50.

BC Z-697

En encuestas recientes sobre los problemas de la Royal Opera House (ROH) de Covent Garden, vuelven a surgir antiguas preocupaciones acerca de la gestión de las ayudas públicas otorgadas a ésta opera en particular, y a las artes en el Reino Unido, en general. El informe del Comité de la Cámara de los Comunes sobre la cultura, los medios de comunicación y el deporte, así como el informe Eyre que le dio seguimiento, fueron los últimos de una serie de informes sobre la gestión financiera de la ROH. Las cuestiones subyacentes al propósito mismo de las ayudas para las artes, la forma en que el gobierno y el Consejo de las Artes los deberían administrar y la elección de los que podrían constituir indicadores de rendimiento han sido expuestos de manera transparente en el acuerdo de subvención celebrado entre el Ministerio de Cultura, Medios de Comunicación y Deportes y el Consejo de las Artes. El autor examina estas cuestiones y examina los indicadores de rendimiento que podrían ser un vínculo entre la economía de las artes y la gestión artística

4. MERCADO DE LAS INDUSTRIAS CULTURALES (cine, música, libro, turismo)

[115]

Álvarez Areces, Miguel Ángel. **Industrias creativas y culturales y la economía de la imaginación**. Incluye referencias bibliográficas, p. 38.

En: *Ábaco: revista de cultura y ciencias sociales*. 2ª Época, Vol. 2/3, n. 64/65 (2010), (Número dedicado a La cultura como actor económico. Industrias culturales y creativas), p. 27-39.

BC Z-686

Las industrias culturales producen y distribuyen bienes o servicios culturales a partir de la actividad de la creación. La aplicación de diferentes estrategias empresariales les permite optimizar los recursos y generar economías de escala. A través del estudio y la comparación de las fuentes estadísticas de las que se disponen, es posible detectar aquellos sectores más activos en un momento especialmente delicado tanto por el crítico contexto económico actual como por las oportunidades y retos que plantean su complejo tránsito al mundo digital.

[116]

Bonet, Lluís. **El turismo cultural**. Bibliografía, p. 770-771.

En: *Manual de economía de la cultura*. Madrid: Fundación Autor, 2005. p. 761-771.

BC 33:008 MAN

Capítulo en el que se estudia el fenómeno de la aparición del turismo cultural y sus características definitorias en el contexto del sector turístico contemporáneo. Se analizan las motivaciones y estrategias del sector público para desarrollar el turismo cultural, examinando después algunas de las características paradójicas de esta área; por último se resumen los análisis realizados para determinar el impacto que el turismo cultural ha tenido en la economía.

[117]

Bonilla Arjona, Javier. **Las industrias culturales y creativas en España: un sector clave de la nueva economía**. [Recurso electrónico]. Informe elaborado por miembros de la Fundación

Ideas, Javier Bonilla Arjona, Reyes Maroto Illera, Casilda Cabrerizo Sanz. Madrid:

Fundación Ideas, 2012. 117 p.: gráficos, tablas. Bibliografía, p. 109-112.

ISBN 978-84-15386-10-0

Documento disponible en Internet.

<http://www.fundacionideas.es/publications>

BC Unidad E

El trabajo enumera los principales factores en los que reside el enorme potencial del sector como motor económico; entre ellos, su gran riqueza cultural idiomática

[118]

Bovier-Lapierre, Bernard. **Le rôle des biens culturels dans la compétitivité face aux États – Unis.**

En *Économie internationale*. N. 2.789 (18 déc. 2002), p. 12-16.

BC EC 23

Las investigaciones en economía de la cultura parecen mostrar que los bienes culturales presentan un cierto número de características que les hacen rebeldes a la racionalización económica. Por otro lado, y de forma paradójica, casi no escapan al conjunto de sujeciones que provienen de la mundialización de la economía del mercado. En este contexto la cuestión del papel que ellos juegan dentro de la competitividad de una economía frente al poder de los Estados Unidos puede ser legítimamente admitida

[119]

Canali, Silvia; Angella, Francesca d´. **Managing cultural events and meetings activities in European urban destinations.** Bibliografía, p. 71-72. Texto en inglés.

En: *International journal of arts management*. Vol 11, n. 3 (spring 2009), p. 59-72.

BC Z-697

Las atracciones culturales que ofrecen los distintos destinos turísticos están influyendo cada vez más en la elección de unos u otros por parte del público, lo que tiene consecuencias para la economía. La cultura como directriz estratégica no sólo vuelve más atractivo un destino turístico, sino que implica el desarrollo de actividades relacionadas. La acción cultural puede atraer también empresas y aumentar el turismo de reuniones, tanto directa como indirectamente. El análisis empírico de cuatro destinos turísticos urbanos europeos (Barcelona, Viena, Berlín y Roma), lo ha demostrado.

[120]

Carrasco Arroyo, Salvador; Rausell Köster, Pau. **La provisión de cultura en España desde una perspectiva del análisis regional.**

En: *Información comercial española ICE*. N. 792 (jun.-jul. 2001), (Ejemplar dedicado a: Economía de la cultura), p. 79-92.

BC 8611, EC 30

Estudio de la provisión cultural en la industria de la cultura y el ocio a través de un análisis factorial múltiple para los sectores de la música clásica, el teatro y el cine, en cada provincia española.

[121]

Chamorro Martínez, Victoria E. **El impacto económico de los sitios patrimoniales: la experiencia de la Alhambra.** [Recurso electrónico]. Bibliografía, p. 16.

En: *Cuadernos de economía de la cultura*. Sevilla: Oikos. N. 4-5 (jul. 2005-jun. 2006), p. 31-43.

Documento disponible en Internet.

Acceso al documento:

http://www.oikos.org.es/mnu_ec/pdf_ec4_5/art_impacto.pdf

BC Z-781

Tras un análisis exhaustivo del impacto económico del monumento de la Alhambra en la ciudad de Granada, se llega a la conclusión que existe un vínculo muy fuerte entre el dicho monumento y Granada, que ha ido convirtiendo a ésta en una ciudad orientada hacia el turismo y los servicios. Sin embargo, la valoración de la Alhambra como recurso turístico y la consideración del turismo cultural que actualmente confluje en el monumento como mejor aliado para el crecimiento económico del sitio y de la comunidad local, no deben hacer olvidar su principal valor como puente para el desarrollo social y personal del individuo a través de la experiencia estética.

[122]

Comercio exterior del libro: 2008-2011. Madrid: Federación Española de Cámaras del Libro, 2009-2012. v.: gráficos. En cubierta posterior: Observatorio de la Lectura y el Libro. Patrocina: Ministerio de Cultura y CEDRO.

Evolución de la exportación del sector del libro 1999-2008, 2000-2009, 2001-2010, 2002-2011; El comercio exterior de 2008, 2009, 2010, 2011, analizado en función de materias; Importación sector del libro 2008, 2009, 2010, 2011; Importación de libros; Informes país-materia, Europa, Asia, América; Conclusión; Panorámica de la economía mundial, 2008-2009, 2009-2010, 2010-2011, 2011-2012.

[123]

Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España.

Enrique Bustamante, coordinador; José María Álvarez Monzoncillo [et al.]. 1ª ed. Barcelona: Gedisa, 2002. 382 p.: gráficos. (Multimedia; 24). Bibliografía: p. 329-337. ISBN 84-7432-985-X
BC 316.77 COM, 7273

Este libro detalla la producción y consumo de la edición de libros y fonografías, de la industria del cine y de la prensa, de la radio y la televisión y, como sector piloto de la nueva cultura multimedia, de los videojuegos. En él se estudian también las políticas culturales, nacionales y regionales desarrolladas hasta ahora y, presentadas a través de los siguientes capítulos: Introducción a las políticas públicas. Las competencias culturales en España. La organización administrativa. El gasto público cultural por comunidades autónomas. Algunas tendencias en política cultural territorial.

[124]

Cowen, Tyler. **Why every thing has changed: the recent revolution in cultural economics.**

En: Journal of cultural economics. V. 32, n. 4 (2008), p. 262-273.
BC Z-582

Las nuevas tecnologías, representadas en el iPod, el teléfono móvil, Internet, las redes sociales, los Blogs, la realidad virtual y los juegos de ordenador, han hecho cambiar significativamente la economía de la cultura en un enorme grado en los últimos cinco años. Tales cambios han tenido considerables implicaciones sociales y económicas, ya que muchos de estos medios han favorecido el libre y gratuito intercambio de contenidos culturales, a pesar de los derechos de autor y de copia.

[125]

Cox, Joe. **Purchasing power parity and cultural convergence: evidence from the global video games market.** Texto en inglés.

En: Journal of cultural economics. V. 32, n. 3 (2008), p. 201-214.
BC Z-582

Partiendo de la idea de que la cultura es más proclive a interactuar y a converger si tiene trazas compartidas, como por ejemplo el uso de la tecnología, se analiza el mercado del videojuego caracterizado por la aplicación del "precio único". Los resultados sugieren que, mientras se observa un grado de convergencia de precio y de cultura en áreas geográficas próximas, hay tendencias globales que producen diferencias.

[126]

Cultural industries and the production of culture. Edited by Dominic Power and Allen J. Scott. London: Routledge, 2004. XI, 268 p.: ilustraciones, mapas. (Routledge studies in international business and the world economy; 33). Incluye referencias bibliográficas e índices. ISBN 0-415-33101-3
BC 13630

Desde hace unas décadas ha crecido considerablemente la importancia dada a las formas de producción no manufacturadas, dentro del desarrollo de muchas economías occidentales. Muchos países han visto crecer las aportaciones de industrias tales como la de los medios, las del entretenimiento y las de los sectores artísticos. Este libro reúne las contribuciones de un grupo de investigadores de carácter multidisciplinar y de relevancia internacional que presentan las nuevas tendencias y perspectivas del funcionamiento de estas industrias, su lugar en las nuevas formas económicas y la manera en que estas pueden afectar al desarrollo socio-económico urbano y regional.

[127]

Culture as an engine for tourism. KEA European Affairs.
En: The economy of culture in Europe. Brussels: European Commission. P. 145-165.
Documento disponible en Internet.
http://ec.europa.eu/culture/key-documents/doc873_en.htm
BC 18791

Sección segunda de la publicación que tiene como objetivo demostrar la valiosa contribución de la cultura al desarrollo local. Es en la unión entre la cultura y el turismo, donde este aspecto se presenta más visible.

[128]

Devesa Fernández, María; Herrero Prieto, Luis César; Sanz Lara, José Ángel. **Análisis económico de la demanda de un festival cultural.** [Recurso electrónico].
En: Estudios de economía aplicada. Vol. 27, n. 1 (2009), p. 139-160.
Documento disponible en Internet.
<http://www.revista-eea.net/documentos/27112.pdf>
BC Unidad E

La expansión del número de festivales culturales en los últimos años hace de este fenómeno un tema de interés creciente en el ámbito de la economía de la cultura. De este modo, el objetivo de este artículo es analizar la función de demanda de un festival cultural, concretamente un festival cinematográfico, y estudiar el grado de significación de variables de tipo sociodemográfico y otras relacionadas con el consumo cultural y la experiencia acumulada de los individuos en estos eventos, demostrando que estas variables resultan ser más determinantes que las exclusivamente monetarias. La estimación se realiza a través de un modelo econométrico de datos de recuento, o modelo binomial negativo, utilizando para ello los resultados de una encuesta realizada al público asistente a la Semana Internacional de Cine de Valladolid.

[129]

Devesa Fernández, María. **El impacto económico de los festivales culturales.**

En: G + C: revista de gestión y cultura. N. 6 (jul.-ag. 2010), (Ejemplar dedicado a: Festivales), p. 42-47.

BC Z-773

Los estudios de impacto económico tratan de estimar la importancia económica de las artes y analizar los flujos de actividades e ingresos vinculados a la existencia de una determinada manifestación cultural. El objetivo principal de estos estudios es el de medir los efectos derivados de la presencia de una actividad, organización o evento cultural sobre una determinada área geográfica y en un determinado período de tiempo.

[130]

Devesa Fernández, María. **El impacto económico de los festivales culturales: el caso de la Semana Internacional de Cine de Valladolid.** Madrid: Fundación Autor, 2006. 469 p.: gráficos. (Datautor). Bibliografía: p. 341-357. ISBN 84-8048-714-3

BC 21788

La autora destaca en este estudio que el turismo en sus facetas de hostelería y gastronomía, la imprenta y el comercio al por menor son los sectores más beneficiados por la celebración en Valladolid de la SEMINCI.

[131]

La dimensión económica de la industria de la cultura y el ocio en España: 1997-2003.

María Isabel García Gracia [et al.]. Madrid: McGraw Hill: Fundación Autor, 2007. 278 p.

Bibliografía: p: 275-278. ISBN 978-84-481-6693-9

BC 14056

Se comienza analizando el estado actual y la casuística de los aspectos metodológicos de las actividades culturales, en un contexto nacional e internacional. Los capítulos siguientes contienen un compendio analítico del entramado de la estructura productiva de la industria cultural y de ocio en tres ámbitos: nacional, por comunidades autónomas y sectorial. Los resultados muestran que esta industria, sustentada en la creatividad, aporta un 4% al PIB un 7,8% al empleo nacional, mostrando un comportamiento aún más dinámico que el de la economía española en su conjunto. En los ámbitos territorial y sectorial se constata una elevada concentración en las Comunidades de Madrid y Cataluña, percibiéndose asimetrías sectoriales al destacar la posición de liderazgo que detentan los sectores de audiovisuales y de edición.

[132]

Dubois, Sébastien. **Recognition and renown, the structure of cultural markets: evidence from French poetry.**

En: Journal of cultural economics. V. 36, n. 1 (2012), p. 27-48.

BC Z-582

Este artículo explora la organización de los mercados culturales a través del caso de la poesía francesa contemporánea, distinguiendo el mercado del reconocimiento y el amplio mercado del renombre. Este mercado está compuesto por editoriales de gran tamaño y reputación y por un amplio conjunto de firmas pequeñas que sirven como base para la innovación y los nuevos autores. A través de datos estadísticos se trata de explicar la estructura de los mercados culturales y el papel de la reputación en la organización de los circuitos comerciales.

[133]

Entrevista: Rajat K. Gupta: Director de la Cámara de Comercio Internacional.

En: G + C: revista de gestión y cultura. N. 8 (nov.-dic. 2010), p. 12-17.

BC Z-773

En la presente entrevista se habla, entre otros temas, de como se aborda la especificidad de la empresa cultural desde la Cámara de Comercio o de que importancia tienen las industrias culturales en la economía mundial.

[134]

Escudero Gómez, Luis Alfonso. Los centros comerciales, espacios postmodernos de ocio y consumo: un estudio geográfico. 1ª ed. Cuenca: Universidad de Castilla-La Mancha, 2008. 249 p.: ilustraciones, mapas, planos. (Monografías; 56). Bibliografía: p. 235-244.

ISBN 978-84-8427-625-8

BC 21502

Estudio sobre los centros comerciales como fórmula que combina el comercio y el ocio y es demandada y valorada por la sociedad de nuestro tiempo. Su adaptación a las funciones urbanas tradicionales, recurre a ambientes artificiales, para definirse como lugares de encuentro abiertos a todo el público pero controlados y vigilados. En ese libro se considera su sustitución del espacio público por el privado de compra y ocio y la clave de su éxito. También se analiza el proceso de difusión mundial y en particular en el caso de España, desde el punto de vista de la economía de la cultura con referencias a casos concretos.

[135]

El español, lengua global: la economía. José Luis García Delgado, José Antonio Alonso, Juan Carlos Jiménez, directores; autores, María Eulalia Bombarelli [et al.]. Alcalá de Henares, Madrid: Instituto Cervantes, 2010. 296 p.: gráficos, mapas; Incluye referencias bibliográficas. ISBN 978-84-92632-23-7 (Instituto Cervantes)

BC 3633

Este libro analiza desde un enfoque multidisciplinar y un riguroso estudio las variables que intervienen en la estimación del valor económico de la lengua española. Se indica, por ejemplo, a cuanto puede ascender la producción de las industrias culturales y de la enseñanza de la lengua española, qué presencia tiene el español en la sociedad de la información y que implicaciones económicas se derivan de ello, entre otros factores.

[136]

Fernández Blanco, Víctor; Prieto Rodríguez, Juan. El mercado del cine en España. [Recurso electrónico]. Bibliografía, p. 29.

En: Cuadernos de economía de la cultura. Sevilla: Oikos. N. 4-5 (jul. 2005-jun. 2006), p. 7-29.

Documento disponible en Internet.

Acceso al documento:

http://www.oikos.org.es/mnu_ec/pdf_ec4_5/art_mercado.pdf

BC Z-781

En este artículo se analizan las grandes cifras del mercado cinematográfico en España discutiendo con particular detalle tres aspectos: la posibilidad de una crisis en el consumo de cine español, el poder de los grandes estudios de Hollywood sobre nuestro mercado y las razones que explican su persistencia y, por último, las características socioeconómicas que definen al espectador que acude a las salas de exhibición.

[137]

Flibbert, Andrew J. **Commerce in culture: states and markets in the world film trade**. 1 st. ed. New York: Palgrave Macmillan, 2007. 229 p. Bibliografía: p. 203-218. Índice. ISBN 1-4039-8380-1
BC 20912

Este libro recoge un estudio sobre cómo los estados han respondido a la globalización de la industria cinematográfica. Expone los conflictos actuales políticos y económicos que dan forma a la producción cultural y al comercio en el mundo.

[138]

García Delgado, José Luis; Alonso, José Antonio; Jiménez, Juan Carlos. **Economía del español: una introducción**. 2ª ed. ampliada. Barcelona: Ariel; Madrid: Fundación Telefónica, 2008. 191 p.: ilustraciones: gráficos. (Valor económico del español: una empresa multinacional; 1). ISBN 978-84-08-07755-8
BC 13522

Segunda edición de la obra de 2007, que desarrolla el proyecto de investigación en curso sobre la naturaleza y la economía de la lengua. En el capítulo tercero se ha dado un nuevo formato y se ha reescrito una parte del contenido; en el capítulo cuarto se han perfilado los datos y los epígrafes correspondientes a industrias culturales, telecomunicaciones y emigración. Asimismo la obra trata de ser una carta de presentación de la serie de monografías que darán a conocer la citada investigación a lo largo de 2009 y 2010. Se incluye la relación de títulos.

[139]

García Gracia, María Isabel; Zofío Prieto, José Luis; Herrarte Sánchez, Ainhoa; Moral Carcedo, Julián. **La aportación económica de la industria de la cultura y el ocio en España**. [Recurso electrónico].
En: Estudios de economía aplicada. Vol. 27, N. 1 (2009), p. 63-88
Documento disponible en Internet.
<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2985838>
BC Unidad E

El objetivo de este artículo es establecer un marco analítico que permita determinar la dimensión e importancia económica de la industria de la cultura y el ocio, con el fin de situarla en el lugar prominente que ha alcanzado como sector estratégico en la estructura productiva de España. Se pretende evaluar la contribución que esta industria realiza a la riqueza nacional, destacando su creciente relevancia en términos de PIBpm y empleo, así como profundizar en estos agregados desde una triple vertiente: nacional, regional y sectorial. Los resultados de este artículo muestran que en 2003 la industria representa un 3,9% del PIBpm y un 7,8% del empleo. Se observa una alta concentración de la industria tanto desde el punto de vista regional como sectorial.

[140]

García Gracia, María Isabel; Fernández Fernández, Yolanda; Zofío Prieto, José Luis. **La dimensión económica de la industria de la cultura y el ocio en España: análisis nacional, regional y sectorial**.
En: Información comercial española ICE. N. 792 (jun.-jul. 2001), (ejemplar dedicado a: Economía de la cultura), p. 42- 60.
BC 8611

Análisis de la actividad económica de la industria de la cultura y el ocio desde la perspectiva nacional, regional y sectorial, determinando su valor añadido al producto interior bruto y el nivel de empleo.

[141]

García Gracia, María Isabel; Zoffío Prieto, José Luis. **La dimensión sectorial de la industria de la cultura y el ocio en España. 1993-1997.** Colaboradores, Ainhoa Herrarte Sánchez, Julián Moral Carcedo. Madrid: Iberautor, 2003. 551 p. gráficos. (Datautor). En la cubierta: SGAE. Sociedad General de Autores y Editores. Bibliografía: p. 521-535.
ISBN 84-8048-495-0
BC 4958

Este trabajo viene a completar y culminar el análisis que los autores ofrecen en el libro *La Industria de la Cultura y el Ocio en España (2000)*, incidiendo ahora en la desagregación del sector, caracterizando de forma sistemática las estructuras de mercado de cada una de las actividades vinculadas y analizando su contribución a la riqueza y el empleo nacionales. Cap. I. La actividad sectorial de la industria de la cultura y el ocio: Artes escénicas. Artes Plásticas. Edición. Publicidad. Museos y Bibliotecas. Actividades públicas de carácter cultural: patrimonio histórico. Actividades de ocio; Cap. II. Análisis comparativo de la actividad sectorial.

[142]

García Gracia, María Isabel; Fernández Fernández, Yolanda; Zoffío Prieto, José Luis. **La evolución de la industria de la cultura y el ocio en España por Comunidades Autónomas (1993-1997).** Madrid: Fundación Autor, 2001. 238 p. Bibliografía: p. 235-238.
ISBN 84-8048-429-2
BC 13156, 4545

El objetivo de este libro es presentar la realidad económica de la industria de la cultura y el ocio en España desde la perspectiva de las Comunidades Autónomas, mostrando su contribución económica a la producción y el empleo en un periodo temporal que abarca desde 1993 a 1997 y, de este modo, situarla en el lugar preeminente que ha alcanzado en los últimos años como generadora de riqueza

[143]

García Gracia, María Isabel; Fernández Fernández, Yolanda; Zoffío Prieto, José Luis. **La Industria de la Cultura y el Ocio en España: su aportación al PIB (1993-1997).** Madrid: Fundación Autor, SGAE, 2000. 139 p. (Datautor). Bibliografía: p. 137-139
ISBN 84-8048-400-4
BC 17822

Esta monografía analiza y evalúa la dimensión económica de un conjunto de actividades que han sido agrupadas bajo la denominación de industria de la cultura y el ocio, en concreto se centra en determinar el valor añadido generado por la industria de la cultura y su contribución porcentual al PIB de la economía durante el periodo 1992-1997. Un trabajo previo titulado *La Industria de la Cultura y el Ocio en España. Su aportación al PIB* constituyó el punto de partida para fomentar esta línea de investigación, cuyo objetivo es profundizar en el estudio de uno de los sectores más desconocidos de entre los que constituyen la actividad económica española

[144]

García Viñó, Manuel. **El País: la cultura como negocio.** Prólogo, Antonio García Trevijano. Tafalla: Txalaparta, 2006. 409 p. ISBN 84-8136-456-8
BC 13623

Desde una perspectiva ensayística, el autor busca poner en evidencia los cimientos de la industria cultural, valorando artículos publicados en el diario El País a comienzos del siglo XXI. Incluye índice onomástico.

[145]

Gutiérrez, Rubén. Recesión, cultura e industrias culturales.

En: G + C: revista de gestión y cultura. N. 1 (sept.-oct. 2009), (Ejemplar dedicado a: La privatización de la cultura), p. 42-45.

BC Z-773

Se contrasta la situación actual de recesión del Estado español con la aportación de las industrias culturales al PIB total y se expone lo dicho por el catedrático José Ramón Lasuen que señala a la cultura y las artes como un factor de crecimiento endógeno, es decir, un elemento interno de las economías. El autor manifiesta que la cultura deviene en economía, o, más concretamente, en motor del cambio económico y social, por lo que en un momento de refundación, no se debería dejar la cultura de lado

[146]

Guzmán Cárdenas, Carlos Enrique. Economía creativa e innovación: industrias creativas, culturales y de contenidos digitales: las nuevas respuestas. Saarbrücken: Editorial

Académica Española, 2012 180 p. ISBN 978-3-8484-5750-2

BC 23268

Este libro analiza las Industrias Culturales y Creativas y los impactos de las Industrias de Contenidos Digitales y de las TIC's en el ámbito internacional. También se profundiza en la necesidad de una Sociedad de la Información y del Conocimiento que fomente prácticas sociales innovadoras y que establezca sinergías con factores claves: creatividad tecnológica, económica y cultural; aspectos de alcance humanístico, que apuestan firmemente en el valor de la economía creativa y en la experiencia multicultural de la innovación

[147]

Herrero Prieto, Luis César; Sanz Lara, José Ángel; Devesa Fernández, María. Evaluación de políticas culturales: valor y rentabilidad social de un festival cultural: XVII Encuentro de Economía Pública, Murcia, 4-5 de febrero de 2009. [Recurso electrónico].

[S.l.: s.n.], 2009. 35 p.

BC Unidad E

El objetivo de este trabajo es estimar la disposición a pagar por un festival de música clásica en la ciudad de Santiago de Compostela (España) y analizar los resultados en función de distintas características sociodemográficas y comportamentales del público asistente.

[148]

Herrero Prieto, Luis César. **Impacto económico de los macrofestivales culturales: reflexiones y resultados.** [Recurso electrónico]. Comunicación cedida por el autor al Portal Iberoamericano de Gestión Cultural para su publicación en Boletín GC n. 6, (feb. 2006): Gestión Cultural.

En: Boletín GC. Gestión Cultural. Portal Iberoamericano de Gestión Cultural. N. 6 (feb.), 18 p.

Documento disponible en Internet.

http://estatico.buenosaires.gov.ar/areas/produccion/industrias/observatorio/documentos/analisis_estudio_impacto_festivales.pdf

BC Unidad E

Partiendo de un contexto en donde el ocio ha pasado a ocupar un lugar central en la jerarquía de valores de la sociedad contemporánea, el autor reflexiona en torno a cómo el tiempo libre se ha privatizado y sus usos en forma de mercancía participan en el sistema de flujos económicos de una sociedad. De otra parte, destaca el papel que juega la cultura como instrumento de cohesión social para finalmente, partiendo del ejemplo de Salamanca 2002, Capital Europea de la Cultura, llevar a profundizar en el impacto económico que supone la puesta en marcha de grandes festivales culturales en las ciudades.

[149]

Holbrook, Morris B.; Addis, Michela. **Art versus commerce in the movie industry: a two path model of motion-picture success.**

En: Journal of cultural economics. V. 32, n. 2 (2008), p. 87-107.

BC Z-582

Reflexión en la que se mide el reconocimiento profesional (representado por los Oscars y otros galardones), la representación en el mercado (que viene dada por el merchandising, la comercialización y el alquiler de copias para uso doméstico), y los juicios evaluativos de los propios consumidores. Un análisis de los datos referentes a ciento noventa películas del año 2003 muestra que las evaluaciones del crítico especializado y la del público consumidor responden a criterios diferentes, y que las respuestas de las audiencias contribuyen independientemente al reconocimiento de un film.

[150]

Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas. Convenio Andrés Bello, Ministerio de Cultura de Colombia. Bogotá

(Colombia): Convenio Andrés Bello, 2003. 171 p.: gráficos. ISBN 958-698-129-0

BC 14830

El objetivo central de este estudio consiste en evaluar el impacto actual y reciente del sector cinematográfico sobre la economía colombiana y producir una serie de recomendaciones para su desarrollo futuro. Comprende un análisis de la dimensión del mercado cinematográfico en Colombia, la estructura del mismo, el valor agregado, el empleo generado por toda la cadena de producción, y una comparación de la evolución del sector con aspectos esenciales de los otros países.

[151]

Impacto económico de las industrias culturales en Colombia. Ministerio de Cultura de Colombia, Convenio Andrés Bello, Equipo Economía y Cultura. Bogotá (Colombia): Convenio Andrés Bello, 2003. 255 p.: gráficos. (Economía y cultura). Bibliografía: p. 253-255. ISBN 958-698-128-2
BC 14829

La investigación, de la que es resultado este libro, ha sido realizada por economistas e investigadores sociales y está destinada a la planificación de políticas públicas culturales así como a la gestión pública y a la planificación del desarrollo. En este caso se centra en los aspectos económicos de algunas industrias culturales, tales como la música, el cine, la televisión, la radio y el sector editorial.

[152]

Industrias creativas: amenazas sobre la cultura digital. Enrique Bustamante, editor. Barcelona: Gedisa, 2011. 190 p. Bibliografía: p.186-190. ISBN 978-84-9784-611-0
BC 22404

A partir de la aparición de la creatividad en la industria cultural como enseña central de la nueva economía, sin la cual no hay desarrollo posible, se establece un análisis crítico de sus implicaciones desde diferentes ángulos tales como: el análisis de sus implicaciones en el Reino Unido de N. Garnham; la evaluación crítica de la economía creativa de G. Tremblay; la política británica de industrias creativas de P. Schlesinger; el debate significativo en Francia de P. Bouquillion; economía creativa del entretenimiento digital en España y Latinoamérica de E. Bustamante; ambigüedades desde la economía, las debilidades de la creatividad de G. Richeri; y los límites de la transversalidad de R. Zallo.

[153]

Kerrigan, Finola. **Film marketing.** London [et al.]: Butterworth Heinemann: Elsevier, cop. 2010. 265 p. (Marketing). Bibliografía e índices, p. 225-265. Texto en inglés. ISBN 978-0-7506-8683-9
BC 21609

Este libro analiza, entre otras cuestiones, el origen y el desarrollo de la industria del cine, así como el desarrollo y la investigación sobre el mercado de la industria cinematográfica.

[154]

Larrañaga Rubio, Julio. **Economía de los ebooks.**
En: Documentación de las ciencias de la información. Vol. 33 (2010), p. 125-141.
BC Z-715

En este trabajo se analizan los principales temas económicos de los eBooks. En primer lugar se expone como están afectando las nuevas tecnologías al sector editorial comparándolo con los efectos que han producido en otras industrias de contenido. A continuación se analiza el precio óptimo de los libros electrónicos y la descarga ilegal de libros. Por último se afrontan los temas relativos a la distribución gratuita de ebooks, la canibalización de las ventas de los libros impresos por los libros electrónicos y a la ampliación del mercado de los libros que facilitan los ebooks.

[155]

López, Omar; Amaya, Sylvia. **Panorama de las industrias culturales en Latinoamérica: dimensiones económicas y sociales de las industrias culturales.** [Recurso electrónico].

Colombia: Convenio Andrés Bello, 2006?. 13 h.: Título tomado de la cubierta.

Documento disponible en Internet.

Acceso al documento:

http://www.cinelatinoamericano.org/assets/docs/Panorama_delas_industrias_culturales.pdf

BC CAJA-147 FOLL-30

Se hace un resumen de los estudios del Centro de Economía del Convenio Andrés Bello, se reseñan documentos sobre industrias apoyados por el CAB, y se escribe sobre el desarrollo de la industria en los últimos años, desde las mini pymes y la relación de Industria y Estado.

[156]

MacMillan, Peter; Smith, Ian. **Explaining post-war cinema attendance in Great Britain.**

En: *Journal of cultural economics*. V. 25, n. 2 (mayo 2001), p. 91-108.

BC Z-582

El artículo presenta un modelo para el estudio de la interacción entre la oferta y la demanda en el cine, en respuesta a los cambios en las variables exógenas y la competencia principalmente de la televisión. El estudio se realiza a través de los datos de Gran Bretaña entre 1950 y 1997.

[157]

Martínez Alés, Rafael. **El sector editorial español.**

En: *Información comercial española ICE*. N. 792 (jun.-jul. 2001), (Ejemplar dedicado a: Economía de la cultura), p. 109-123.

BC 8611

Presentación y comentarios sobre los datos de la industria editorial española desde una perspectiva económica y social.

[158]

Otero, Miguel Ángel. **Análisis económico del sector editorial español: dossier.**

En: *Delibros*. N. 179 (sept. 2004), p. 22-37.

BC Z-545

A través del informe se detecta cómo algunos de los problemas más determinantes son la falta de lectores y los excesos de oferta, lo que supone un aumento del coste por devoluciones y las disminuciones de rotación que han encarecido el sistema de distribución. Conclusiones económicas y posición del sector en 2002.

[159]

Otero, Miguel Ángel. **La distribución de libros en ligera mejoría.**

En: *Delibros*. N. 175 (abr. 2004), 21-30.

BC Z-545

Estudio que define el actual perfil económico del sector de distribución de libros y publicaciones periódicas. Para ello se han analizado los estados financieros de empresas, en su mayoría, de la Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones.

[160]

Pablo Martí, Federico; Muñoz Yebra, Carlos. **Economía del cine y del sector audiovisual en España.**

En: Información comercial española ICE. N. 792 (jun.-jul. 2001), (Ejemplar dedicado a: Economía de la cultura), p. 124-138.

BC 8611

Estudio de los servicios audiovisuales en España comparado con el conjunto del sector servicios, con especial atención a las inversiones y al apoyo del sector público que reciben sus diferentes actividades.

[161]

Palma Martos, María Luisa; Palma, Luis; Aguado, Luis Fernando. **Determinants of cultural and popular celebration attendance: the case study of Seville Spring "Fiestas".**

Bibliografía: p. 105-107.

En: Journal of cultural economics. Vol. 37, n. 1 (2013), p. 87-107.

BC Z-582

La Feria de Abril de Sevilla es el caso de estudio de este artículo, considerado como un prototipo de un nuevo bien cultural que desarrolla la participación en celebraciones populares, debido a que expresa el vínculo entre la población y el lugar de residencia, basado en la herencia cultural tanto material como inmaterial, un campo de investigación considerado muy limitado en la Economía de la cultura. En segundo lugar se hace un análisis empírico de los determinantes teniendo en consideración modelos de datos referidos al año 2009. Incluye tablas.

[162]

Palma Martos, María Luisa. **Una perspectiva sobre la realidad editorial en Andalucía.**

[Recurso electrónico]. Incluye bibliografía, p. 91-92.

En: Cuadernos de economía de la cultura. Sevilla: Oikos. N. 2 (jul.-dic. 2003), p. 63-92.

Documento disponible en Internet.

Acceso al documento:

http://www.oikos.org.es/mnu_ec/pdf_ec2/art_perspectiva.pdf

BC Z-781

El creciente desarrollo de las industrias culturales y el constante crecimiento del sector editorial en España han atraído la atención hacia el análisis en términos económicos del mismo. En este contexto, se analiza la situación editorial en Andalucía respecto al resto de Comunidades Autónomas, estudiando la evolución de la producción editorial, características de los agentes editores, facturación tanto en términos globales como por materias y principales medios de comercialización.

[163]

Podestá, Paola; Hernández, María Cristina. **Empresas de base cultural y creativa: identificación y clasificación de sus factores críticos de desempeño.** [Recurso electrónico].

En: Tec empresarial. Vol. 6, n. 2 (2012), p. 17-27.

Documento disponible en Internet.

<http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4004907>

BC Unidad E

El sector de las industrias culturales y creativas ha venido generando un interés creciente en la economía productiva; es por esto que la relación entre economía y cultura ocupa hoy un lugar predominante, especialmente por las altas inversiones que esta industria requiere, aunadas a las significativas ganancias que reporta. Este artículo es el resultado de un estudio realizado por la Universidad EAFIT sobre el mencionado sector, y responde a la necesidad de conocer mejor el emprendimiento en industrias que se caracterizan por conjugar la creatividad y la cultura.

[164]

Potts, Jason; Cunningham, Stuart. **Four models of the creative industries.**

En: The international journal of cultural policy. Vol. 14, n. 3 (ag. 2008), p. 233-247.

BC Z-684

¿Cuál es el valor dinámico de las industrias creativas desde la perspectiva económica? Este artículo busca responder a esta pregunta, proponiendo cuatro modelos de la relación entre las industrias creativas y la economía en su conjunto.

[165]

Power, Dominic. **Priority sector report: creative and cultural industries.** [Recurso electrónico]. Luxembourg: Publications Office of the European Union, 2011. 52 p. (Europe Innova paper; 61). Precede al título: The European Cluster Observatory. Europe INNOVA. ISBN 978-92-79-18470-3

Documento disponible en Internet.

http://ec.europa.eu/enterprise/newsroom/cf/getdocument.cfm?doc_id=7070

BC Unidad E

Publicación elaborada como parte de la iniciativa Europe INNOVA, puesta en marcha por la Dirección General de Empresa e Industria de la Comisión Europea para apoyar a las empresas innovadoras que consideran el papel de las industrias creativas fundamental en la creación de la cultura e identidad de Europa. Se presentan datos por regiones y tendencias de los seis millones cuatrocientas mil personas que trabajan en este sector en treinta países europeos.

[166]

Requejo, Laura. **Artes gráficas, un sector con mucho futuro: dossier.**

En: Delibros. Año XVI, n. 171 (dic. 2003), p. 21-25.

BC Z-545

Tras presentar el estado de la cuestión, se analiza la evolución económica del sector a lo largo de la década de los noventa y los retos del futuro de la actividad en España.

[167]

Rouet, François. **Structure et mutations de l' économie de la mode: la dynamique création: patrimoine d' une industrie créative.**

En: Développement culturel. N. 149 (oct. 2005).

BC Z-553

Estudio sobre la economía de la moda llevado a cabo por un equipo franco-italiano, en el que se analiza la moda como símbolo de identidad social, fundada en diferentes aspectos como son la creatividad, las preferencias, y los gustos de los diferentes individuos. Se explica cómo se ha pasado de un modelo aristocrático a un modelo de mercado de masas.

[168]

Santaló Mediavilla, Juan; Allen, David; Tazón, Georgina. **Estimación de los efectos económicos de la piratería.** [Recurso electrónico]. [S.l.: n.], 2003. 23 h.: ilustraciones gráficas. Título tomado de la cubierta.

Documento disponible en Internet.

http://profesores.ie.edu/juan_santalo/informefinal4.pdf

BC CAJA-277 FOLL-13

Este informe se centra en los efectos a corto y largo plazo de la piratería en la industria del entretenimiento desde un punto de vista puramente económico. A corto plazo la piratería ocasiona un descenso de la demanda en el sector "legal", y a la larga, un descenso de producción de obras culturales debido a la reducción de la remuneración que obtienen por su actividad los creadores o productores de actividades creativas.

[169]

Santos Redondo, Manuel. **Economía de las industrias culturales en español.** Colaboración, Manuel Moisés Montás Betances. 1ª ed. Barcelona: Ariel; Madrid: Fundación Telefónica, 2011. 276 p.: ilustraciones color y negro., gráficos. (Valor económico del español; 8). (Fundación Telefónica. Libro; 9). Bibliografía: p. 243-272. Índices.

ISBN 978-84-08-10259-5

BC 15894

Las artes y las letras siempre han implicado importantes aspectos económicos, tanto en su organización empresarial como en su mecenazgo privado o gubernamental. A lo largo del siglo XX, los adelantos tecnológicos dieron lugar a la producción y consumo de masas, y los productos culturales y de entretenimiento se convirtieron en auténticas "industrias", donde el idioma desempeña una importancia fundamental, que trasciende fronteras nacionales. El español como lengua global aparece como un importante motor del desarrollo de nuestra cultura. El libro comienza con una introducción histórica para entender la transformación desde la producción artesana de cultura a la era del consumo masivo de cine, teatro, música, libros, radio y televisión, museos... Ya en la actualidad, se define y delimita el sector, estudiando el funcionamiento de cada una de las "industrias culturales y creativas", y midiendo su importancia relativa en el conjunto de la economía española. Después se analiza el peso del español en cada una de las áreas culturales y de entretenimiento.

[170]

Simancas, Rafael. **Cultura y economía = Culture and economy.**

En: Sistema: revista de ciencias sociales. N. 215-216 (mayo 2010), p. 11-20.

BC Z-176

Las industrias culturales constituyen un ámbito de gran importancia presente y de mejor futuro para la generación de puestos de trabajo de calidad. La estructura de estas industrias en España se caracteriza por la falta de envergadura, la dificultad para acceder a la financiación y una escasa vocación internacional. Promover la cultura es un buen camino para anticipar la salida de la crisis, por ello requiere de una apuesta pública y privada por las industrias culturales.

[171]

Towse, Ruth. **Why has cultural economics ignored copyright?** Texto en inglés.

En: Journal of cultural economics. V. 32, n. 4 (2008), p. 243-259.

BC Z-582

El autor considera que la política sobre los derechos de autor y derechos de copia, debería ser vista como una parte integrante de la política cultural. Analiza el desafío que suponen las subvenciones culturales para los analistas de la economía de la cultura, destacando que no se ha examinado suficientemente el papel de los derechos de autor y de copia en lo referente a los ámbitos económicos.

[172]

Turismo cultural: el patrimonio histórico como fuente de riqueza. Valladolid: Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León, 2000. 383 p.: ilustraciones.

Actas del Simposio Internacional que sobre "El Turismo Cultural", organizó en noviembre de 1999, la Fundación del Patrimonio Histórico de Castilla y León. ISBN 84-931163-19

BC 11049

Las aportaciones que aquí se recogen se agrupan en torno a cinco apartados : (I) Dimensión socioeconómica del turismo cultural; (II) turismo urbano y de los conjuntos históricos; (III) turismo rural, medio ambiente y rutas culturales; (IV) los museos como atractivo cultural y factor de rentabilidad; y (V) las experiencias comparadas en el campo del turismo y la política cultural.

[173]

Walls, W.D. **Superstars and heavy tails in recorded entertainment: empirical analysis of the market for DVDs.**

En: Journal of cultural economics. V. 34, n. 4 (2010), p. 261-279.

BC Z-582

Esta investigación presenta un análisis empírico sistemático del mercado de discos versátiles digitales (DVD). Se examina una muestra de novecientos cincuenta y tres títulos de DVD que aparecieron entre los treinta primeros puestos en las listas de ventas en los semanarios norteamericanos durante un intervalo de treinta años.

5. EMPLEO Y TRABAJO

[174]

Calderón, Toni. **El arte en tiempos de crisis.**

En: G + C: revista de gestión y cultura. N. 1 (sept.-oct. 2009), (Ejemplar dedicado a: la privatización de la cultura), p. 52-55.

BC Z-773

Artículo sobre la situación del arte en España en la que según el autor, las cosas han cambiado poco. Los artistas cuya creación se basa en subvenciones, premios o ferias de arte atraviesan uno de sus peores momentos y la falta de estructuras que faciliten y apoyen las nuevas creaciones es un mal endémico que se sufre en España desde hace décadas.

[175]

Carrillo, Emilio. **El patrimonio histórico como yacimiento de empleo.** [Recurso electrónico].

En: Cuadernos de economía de la cultura. N. 1 (ene.-jun. (2003), p. 105-107.

Documento disponible en Internet.

http://www.oikos.org.es/mnu_ec/pdf_ec1/not_patrimonio.pdf

BC Unidad E

Este artículo pone de manifiesto que debe tenerse en cuenta que las actividades culturales y de ocio constituyen una porción importante de la actividad económica de los territorios. Tradicionalmente no se ha prestado a este hecho mucha atención, pero estudios recientes demuestran que en diferentes lugares gracias al turismo están surgiendo nuevos empleos, relacionados con la comunicación el público y las nuevas tecnologías, y se están volviendo a los tradicionales, relacionados con la artesanía, la gastronomía y la repostería local.

[176]

Cultura en cifras.

En: Boletín del Instituto Andaluz del Patrimonio Histórico. N. 48 (abr. 2004), p. 55-1.

BC Z-657

Se analiza la evolución del empleo desde 1994 hasta el 2000 y la comparativa entre comunidades autónomas que también se realiza respecto al gasto de consumo en bienes y servicios culturales entre 1998 y 2000.

[177]

Economía y empleo en la cultura. Coordinador, Enrique Hernández Pavón. Sevilla: Junta de Andalucía, Consejería de Cultura, 2010. 507 p. gráficos. Incluye referencias bibliográficas. Disponible también en versión electrónica.

http://www.juntadeandalucia.es/cultura/publico/SID/publicaciones/economia_y_empleo_%20en_%20la_%20cultura.pdf

BC 22784, Unidad E

Este libro analiza la economía de la cultura desde los aspectos transversales, como las nuevas posibilidades de empleo, la contratación, la productividad o la fiscalidad de los artistas, y desde los aspectos sectoriales, centrándose en el mundo de la danza, de la literatura, los bienes culturales o el sector audiovisual.

[178]

Franco Casillas, Gloria. **El empleo y el gasto cultural en la Unión Europea**. [Recurso electrónico].

En: Cuadernos de economía de la cultura. Sevilla: Oikos. N. 3 (en.-jun. 2004), p. 125-137. Disponible también en versión electrónica.

http://www.oikos.org.es/mnu_ec/pdf_ec3/ind_empleo.pdf

BC Z-781

En los últimos quince años, la ocupación en la industria cultural ha aumentado notablemente en todos los países industrializados. Sin embargo, según muchos estudiosos el aumento de la ocupación no refleja realmente una fase de expansión, sino una fuerte difusión de los contratos de trabajo temporales. Aquellos que tienen una profesión artística deben complementarla con otra actividad remunerada para asegurarse su sustento.

[179]

Gutiérrez del Castillo, Rubén. **El empleo cultural en España: evolución y perspectivas**.

En: G + C: revista de gestión y cultura. N. 9 (en.-feb. 2011), p. 46-50.

BC Z-773

En España, según el autor, la aportación de la cultura y las industrias basadas en la explotación de la propiedad intelectual, al conjunto de la economía nacional, resulta importante. Numerosos estudios han puesto de manifiesto la importancia económica de este sector para la economía y el empleo.

[180]

Palma Martos, Luis Antonio. **Cultura y crecimiento económico: un enfoque exploratorio a propósito del Plan Estratégico de la Cultura en Andalucía (PECA)**. [Recurso electrónico]. Bibliografía, p. 123.

En: Cuadernos de economía de la cultura. Sevilla: Oikos. N. 4-5 (en.-jun. 2006), p. 117-123.

Disponible también en versión electrónica.

http://www.oikos.org.es/mnu_ec/pdf_ec4_5/not_cultura.pdf

BC Z-781

El PECA afirma que el de las industrias culturales es un atractivo sector económico que no debe ser olvidado en el desarrollo del tejido productivo en una economía moderna. La cultura contribuye al desarrollo local y regional. Crea empleo directo e indirecto, al localizar inversiones contribuye a la mejora de la imagen y al atractivo de un territorio, regenerando zonas urbanas en crisis o zonas rurales despobladas.

[181]

Ptqk, Maria. **La sub-clase creativa. Mitos y paradojas de la economía del talento**.

En: G + C: revista de gestión y cultura. N. 9 (en.-feb. 2011), p. 18-21.

Acceso al texto completo:

http://ia700708.us.archive.org/22/items/BeCreativeUnderclassMitosParaojasYEstrategiasDeLaEconomaDel/be_creative_underclass_maria_ptqk.pdf

BC Z-773

Resumen del texto Be creative under-class. Mitos y paradojas de la economía del talento publicado en la biblioteca online de Yproductions en 2009, en el que se reflexiona sobre el papel de la denominada economía creativa y la situación de los trabajadores de este sector.

ÍNDICE DE AUTORES

Addis, Michela [149]
Aguado, Luis Fernando [161]
Aguado Quintero, Luis Fernando [27]
Albi Ibáñez, Emilio [72]
Allen, David [168]
Alonso Hierro, Juan [73], [74]
Alonso, José Antonio [1], [135], [138]
Álvarez Areces, Miguel Ángel [115]
Álvarez Mozoncillo, José María [123]
Amaya, Sylvia [155]
Angella, Francesca d' [119]
Anheier, Helmut [7], [75]
Aranzadi, J. [23]
Associació d'Artistes Visuals de Catalunya [76]
Asuaga, Carolina [106], [109]
Ateca Amestoy, Victoria [57]
Ávila Álvarez, Antonio María [2]
Baker, David [81]
Bakhshi, Hasan [107]
Basso, Antonella [40]
Baumgarth, Carsten [77]
Bedate, Ana María [45]
Bedate Centeno, Ana María [89]
Beggs, Alan [78]
Benghozi, Pierre-Jean [41]
Benhamou, Françoise [41]
Bertranou, Evelina [55]
Bombarelli, María Eulalia [135]
Bonet, Lluís [3], [116]
Bonilla Arjona, Javier [117]
Botella, Juan [79]
Bovier-Lapierre, Bernard [118]
Brío, Jesús Ángel del [42]
Bustamante, Enrique [123], [152]
Bustos, Jorge [4]
Cabrera Yeto, Susana [58]
Calderón, Toni [174]
Canali, Silvia [119]
Carrasco Arroyo, Salvador [31], [120]
Carrillo, Emilio [175]
Chamorro Martínez, Victoria Eugenia [82], [121]
Cohen, Randy [52]
Colombo, Alba [43]
Congreso Internacional "Restaurar La Memoria" (7. 2010. Valladolid) [80]
Cowen, Tyler [124]
Cox, Joe [125]
Cunningham, Stuart [164]
Dalle Nogare, Chiara [61]
Devesa Fernández, María [128], [129], [130], [147]

Díaz Mier, Miguel Ángel [2], [8]
Domínguez Martínez, José M. [9]
Doyle, Gillian [44]
Dubois, Sébastien [132]
Durán Meraño, José María [10]
Encuentro sobre Economía de la Cultura (2. 2007. Buenos Aires) [108]
Escudero Gómez, Luis Alfonso [134]
Evans, Wendy [81]
Everitt, Sian [83]
Feld, Alan L. [15]
Fernández, Gabriel [16]
Fernández Blanco, Víctor [63], [136]
Fenández Fernández, Yolanda [140], [142], [143]
Flibbert, Andrew J. [137]
Franco Casillas, Gloria [178]
Friedmann, Reinhard [16]
Funari, S. [40]
Gabaldón Quiñones, Patricia [67]
Gagnon, Jacinthe [17]
Gallego, Joaquín [84]
Galindo Martín, Miguel Ángel [8]
Galizzi, Matteo María [61]
García Álvarez, Ercilia [66]
García Delgado, José Luis [135], [138]
García Gracia, María Isabel [24], [131], [139], [140], [141], [142], [143]
García Viñó, Manuel [144]
Ginsburgh, Víctor A. [46]
Gómez de la Iglesia, Roberto [64]
Gordon, John C. [47]
Graddy, Kathryn [78]
Grefe, Xavier [85]
Groys, Boris [18]
Guintcheva, Guergana [86]
Guirao Cabrera, José [87]
Gutiérrez, Rubén [145]
Gutiérrez del Castillo, Rubén [179]
Guzmán Cárdenas, Carlos Enrique [146]
Hellmanzik, Christiane [48]
Hernández, María Cristina [163]
Hernández Pavón, Enrique [49], [177]
Herrarte Sánchez, Ainhoa [139], [141]
Herrero Prieto, Luis César [19], [20], [88], [89], [128], [147], [148]
Hodgson, Douglas J. [50]
Holbrook, Morris B. [149]
Hume, Margee [110]
International Conference on Cultural Economics (17. 2012. Kyoto) [22]
Isar, Yudhishtir Raj [7]
Jaén García, Manuel [65]
Jiménez, Juan Carlos [135], [138]
Katsuura, Masaki [51]
Kerrigan, Finola [153]
Kushner, Roland J. [52]

Larrañaga Rubio, Julio [154]
Last, Anne-Kathrin [111]
Lasuén Sancho, José Ramón [23], [24], [53]
Lecueder, Manon [106]
Lloveras, Eli [21]
López, Omar [155]
López Sintas, Jordi [66]
López, José Alberto [54]
MacMillan, Peter [156]
Mañas Alcón, Elena [67]
Marco Serrano, Francisco [68]
Marsh, Kevin [55]
Martin, Bénédicte [90]
Martín Fernández, Juan [74]
Martínez Alés, Rafael [157]
Mattelart, Armand [26]
Molina Soto, Eduardo J. [91]
Montagut Marqués, Julio [98]
Montás Betances, Manuel Moisés [169]
Moral Carcedo, Julián [139], [141]
Muñoz-Seca, Beatriz [39]
Muñoz Yebra, Carlos [160]
Muriel Ramírez, Manuel J. [92]
Normandin, Francois [112]
Olmedillas Blanco, Blanca [53]
Otero, Miguel Ángel [158], [159]
Pablo Martí, Federico [160]
Palma Martos, Luis Antonio [27], [69], [94], [161], [180]
Palma Martos, María Luisa [28], [161], [162]
Passebois, Juliette [86]
Perrini, Francesco [95]
Piedra Muñoz, Laura [65]
Pinnock, Andrew [56]
Podestá, Paola [163]
Poisson de Haro, Serge [112]
Potts, Jason [164]
Power, Dominic [126], [165]
Prieto de Pedro, Jesús [29]
Prieto Rodríguez, Juan [30], [57], [136]
Ptqk, Maria [181]
Radbourne, Jennifer [113]
Ramírez, Juan Antonio [96], [97]
Rausell Köster, Pau [31], [68], [98], [120]
Requejo, Laura [166]
Riverola, Josep [39]
Rouet, François [167]
Ruíz Navarro, José [5]
Salvi, Antonio [95]
Sánchez Maldonado, José [13], [58]
Sánchez Tejada, Ana María [58]
Santaló Mediavilla, Juan [168]
Santos Redondo, Manuel [169]

Sanz Lara, José Ángel [89], [99], [128], [147]
Sanz Martín de Bustamante, Marcos [73]
Scott, Allen J. [126]
Siegrist Ridruejo, Pablo [100]
Simancas, Rafael [170]
Smith, Ian [156]
Solima, Ludovico [32]
Tazón, Georgina [168]
Teti, Emanuele [95]
Throsby, David [33], [34], [35], [107]
Towse, Ruth [25], [36], [37], [114], [171]
Ulibarri, Carlos A. [101]
Usero, Belén [42]
Unzueta Esteban, Sara [102]
Valenciano Moreno, Domingo [28]
Verdugo Santos, Javier [103]
Vicente Hernández, Eva [104], [105]
Villafranca Jiménez, María del Mar [82]
Walls, W.D. [173]
Wetzel, Heike [111]
White, Andrew [59]
Wilson, Nick [38]
Zofío Prieto, José Luis [24], [53], [139], [140], [141], [142], [143]

ÍNDICE DE TÍTULOS

- 17th International Conference on Cultural Economics. Kyoto, Japón, 22-24 de junio de 2012 [22]
- Age price profiles for Canadian painters at auction [50]
- Algunos apuntes sobre la economía de la información, la comunicación y la cultura [31]
- Análisis de la productividad en el sector de la cultura y el ocio español: una perspectiva regional [68]
- Análisis económico de la demanda de un festival cultural [128]
- Análisis económico del sector editorial español: dossier [158]
- Análisis y evaluación de políticas culturales: las políticas del patrimonio histórico [104]
- Aportación económica de la industria de la cultura y el ocio en España, La [139]
- Art versus commerce in the movie industry: a two path model of motion-picture success [149]
- Arte en tiempos de crisis, El [174]
- Arte no es capital (I), El: cifras y comparaciones [96]
- Arte no es capital (II), El: para una economía imaginativa [97]
- Arte y eficiencia: el sector de la cultura visto desde la empresa [39]
- Arte y gestión: una poética para el gerente del tercer milenio [16]
- Artes gráficas, un sector con mucho futuro: dossier [166]
- Artistic styles: revisiting the analysis of modern artists' careers [48]
- Arts and artists from an economic perspective [85]
- "Arts and economic prosperity III": a review [83]
- Audience experience, The: "measuring quality in the performing arts" [113]
- Baumol's cost disease, efficiency, and productivity in the performing arts: an analysis of german public theaters [111]
- Brad orientation and museums: "model and empirical results" [77]
- Brecha amplia, Una: cultura y desarrollo económico [8]
- Can subjective well-being measures be used to value policy outcomes?: the example of engagement in culture [55]
- Centros comerciales, espacios postmodernos de ocio y consumo, Los: un estudio geográfico [134]
- Comercio exterior de los servicios culturales españoles en el marco de la OCDE, El [53]
- Comercio exterior del libro: 2008-2011 [122]
- Commerce in culture: states and markets in the world film trade [137]
- ¿Cómo puede el sector cultural sobrevivir a la crisis financiera? [75]
- Comunicación y cultura en la era digital: industrias, mercados y diversidad en España [123]
- Consumption of cultural products, The: an analysis of the Spanish social space [66]
- Contribución de la cultura y las artes al desarrollo económico regional, La [19]
- Creación de empresas en el ámbito cultural [5]
- Création et diversité au miroir des industries culturelle: actes des "Journées d' Economie de la culture", des 12 et 13 janvier 2006 [6]
- Crecimiento económico y las artes, El [23]
- Crisis y gestión cultural: una oportunidad para la innovación [64]
- Cuenta satélite de la cultura en España [60]
- Cultura en cifras [176]
- Cultura según el mercado, La: ¿puede el capitalismo ser juez? [4]
- Cultura y crecimiento económico: un enfoque exploratorio a propósito del Plan Estratégico de la Cultura en Andalucía (PECA) [180]
- Cultura y economía: una convergencia necesaria [9]
- Cultura y economía [24]

- Cultura y economía = Culture and economy [170]
- Cultura, economía y derecho, tres conceptos implicados [29]
- Cultural economy, The [7]
- Cultural industries and the production of culture [126]
- Culture as an engine for tourism [127]
- Culture of innovation: an economic analysis of innovation in arts and cultural organisations [107]
- ¿Delimitación de las actividades que integran el sector cultural?: una propuesta desde el mundo empresarial [42]
- Desarrollo de sistemas culturales territoriales: las actividades económicas vinculadas a la cultura: estudio de caso: la Semana Santa de Sevilla: economía de una tradición popular [49]
- Determinants of cultural and popular celebration attendance: the case study of Sevilla spring "Fiestas" [161]
- Developing a conceptual model for repurchase intention in the performing arts: the roles of emotion, core service and service delivery [110]
- Digital library economics: an academic perspective [81]
- Dimensión económica de la industria de la cultura y el ocio en España, La: 1997-2003 [141]
- Dimensión económica de la industria de la cultura y el ocio en España, La: análisis nacional, regional y sectorial [140]
- Dimensión económica de las artes visuales en España, La [76]
- Dimensión sectorial de la industria de la cultura y el ocio en España. 1993-1997, La [131]
- Distribución de libros en ligera mejoría, La [159]
- Diversidad cultural y mundialización [26]
- Dos caras de la economía de la cultura, Las [30]
- Economía creativa e innovación: industrias creativas, culturales y de contenidos digitales: las nuevas respuestas [146]
- Economía de la cultura, La: ¿una construcción reciente? [2]
- Economía de la cultura [11]
- Economía de la cultura: algunas consideraciones generales [13]
- Economía de la cultura: una nueva área de especialización de la economía [27]
- Economía de la cultura: l' impacte econòmic del sector cultural des d' una òptica europea [43]
- Economía de la cultura: cultura y desarrollo local [58]
- Economía de la cultura: una disciplina de la ciencia económica [69]
- Economía de la cultura como disciplina académica en la Universidad de Sevilla, La [28]
- Economía de la cultura en España, La [12]
- Economía de la cultura en España, La: una disciplina incipiente [20]
- Economía de las artes y política cultural [72]
- Economía de las industrias culturales en español [169]
- Economía de los ebooks [154]
- Economía del cine y del sector audiovisual en España [160]
- Economía del español: una introducción [138]
- Economía del espectáculo, La: una comparación internacional: II Encuentro sobre Economía de la Cultura, Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad de Buenos Aires, 5, 6 y 7 de septiembre 2007 [108]
- Economía del patrimonio cultural: actas VII Congreso Internacional AR&PA 2010, Valladolid, 12, 13 y 14 de noviembre de 2010 [80]
- Economía del patrimonio cultural y políticas patrimoniales: un estudio de la política del patrimonio arquitectónico en Castilla y León [105]
- Economía del patrimonio histórico [88]

- Economía y cultura [33]
- Economía y empleo en la cultura [177]
- Economic valuation of contemporary art museum: correction of hypothetical bias using a certainty [45]
- Economics of art and culture: invited papers at the 12th international conference of the Association of Cultural Economics International [46]
- Economics of cultural policy, The [34]
- Économie mauve, L': économie, développement durable et diversité culturelle [17]
- Economy of culture in Europe, The [62]
- Efectos redistributivos de la política cultural en España, Los: una perspectiva desde la encuesta de presupuestos familiares [65]
- Empleo cultural en España, El: evolución y perspectivas [179]
- Empleo y el gasto cultural en la Unión Europea, El [178]
- Empresas de base cultural y creativa: identificación y clasificación de sus factores críticos de desempeño [163]
- Entre offre et demande: dossier [14]
- Entrevista: Rajat K. Gupta: Director de la Cámara de Comercio Internacional [133]
- Español, lengua global, El: la economía [135]
- Estimación de los efectos económicos de la piratería [168]
- Estudio de impacto económico del conjunto monumental de la Alhambra y Generalife en la ciudad de Granada [82]
- Evaluación de políticas culturales: valor y rentabilidad social de un festival cultural: XVII Encuentro de Economía Pública, Murcia, 4-5 de febrero de 2009 [147]
- Evolución de la industria de la cultura y el ocio en España por Comunidades Autónomas (1993-1997), La [142]
- Evolución del gasto en política cultural exterior: una aproximación [63]
- Explaining post-war cinema attendance in Great Britain [156]
- Explicit and implicit cultural policy: some economic aspects [35]
- Exploring the place of museums in European leisure markets: an approach based on consumer values [86]
- Failure to meet the reserve price: the impact on returns to art [78]
- Film marketing [153]
- Four models of the creative industries [164]
- Gestión de teatros públicos: una adaptación del cuadro de mando integral [109]
- Grampian Hills, The: an empirical test for rent-seeking behaviour in the arts [56]
- Grey literature review of the UK Department for Culture, Media and Sport's Creative Industries Economic Estimates and Creative Economy Research programme, A [59]
- Hacia una crítica de la economía política del arte: una historia ideológica del arte moderno considerando su modo de producción [10]
- Handbook of cultural economics, A [36]
- How visual artists enter the contemporary art market in France: a dynamic approach based on network of tests [90]
- Impacto del sector cinematográfico sobre la economía colombiana: situación actual y perspectivas [150]
- Impacto económico de las industrias culturales en Colombia [151]
- Impacto económico de los festivales culturales, El [129]
- Impacto económico de los festivales culturales, El: el caso de la Semana Internacional de Cine de Valladolid [130]
- Impacto económico de los macrofestivales culturales: reflexiones y resultados [148]
- Impacto económico de los sitios patrimoniales, El: la experiencia de la Alhambra [121]
- Impacto económico de mercado del arte en España, El [84]
- Importancia económica de la cultura, La = The economic importance of culture [1]

- Importancia económica del mercado del arte y el coleccionismo, La [87]
- Impresa culturale, L': processi e strumenti di gestione [32]
- Industria de la Cultura y el Ocio en España, La: su aportación al PIB (1993-1997) [143]
- Industrias creativas: amenazas sobre la cultura digital [152]
- Industrias creativas y culturales y la economía de la imaginación [115]
- Industrias culturales y creativas en España, Las: un sector clave de la nueva economía [117]
- Innovación en cultura: una introducción crítica a la genealogía y usos del concepto [21]
- International measurement of the economic and social importance of culture: draft 2006-08-9 [47]
- Intervención de la Administración en el mercado cultural, La: las subastas [91]
- Investing in art movements: the case of surrealist paintings [95]
- J. Mark Schuster [3]
- Lead-lag relationship between household cultural expenditures and business cycles [51]
- Long Tail, The: myth or reality? [41]
- Managing cultural events and meetings activities in European urban destinations [119]
- Manual de economía de la cultura [25]
- Measuring national-level cultural capacity with the National Arts Index [52]
- Mercado del arte, El [102]
- Mercado del arte y economía de la cultura [94]
- Mercado del cine en España, El [136]
- Museo Guggenheim: ¿cultura o marketing? [79]
- Obra como marca, La: la Tate Modern estudia el negocio del arte [93]
- Opéra de Montréal: an inspiring turnaround [112]
- País, El: la cultura como negocio [144]
- Panorama de las industrias culturales en Latinoamérica: dimensiones económicas y sociales de las industrias culturales [155]
- Papel económico de la cultura, El = The economic role of culture [54]
- Patrimonio histórico como yacimiento de empleo, El [175]
- Patrimonio histórico de España desde una perspectiva económica, El: una primera aproximación al gasto en conservación, restauración y rehabilitación del patrimonio histórico español [73]
- Patrimonio industrial y economía de la cultura: la reconversión de los ferrocarriles históricos en el oeste andaluz [92]
- Pérdida de competitividad del mercado del arte en la Unión Europea, La: un reto para la política fiscal [100]
- Perpetual options: revisiting historical returns [101]
- Perspectiva sobre la realidad editorial en Andalucía, Una [160]
- Political economy of cultural spending, The: evidence from Italian cities [61]
- Preservación del patrimonio histórico de España: análisis desde una perspectiva económica: el gasto en conservación, restauración y rehabilitación del patrimonio histórico español: actualización y comparación internacional [74]
- Priority sector report: creative and cultural industries [165]
- Privatización de bienes culturales, La: ¿una alternativa? [98]
- Producto de los servicios culturales en general y de las artes escénicas en particular, El [106]
- Provisión de cultura en España desde una perspectiva del análisis regional, La [120]
- Purchasing power parity and cultural convergence: evidence from the global video games market [125]
- Quantitative approach to evaluate the relative efficiency of museums, A [40]
- ¿Qué han aprendido los economistas del consumo cultural? [57]

- Quis custodiet? or managing the management: the case of the Royal Opera House, Covent Garden [114]
- Recesión, cultura e industrias culturales [145]
- Recognition and renown, the structure of cultural markets: evidence from French poetry [132]
- Revisiting tax subsidies for cultural institutions [15]
- Rôle des biens culturels dans la compétitivité face aux États-Unis, Le [118]
- Sector editorial español, El [157]
- Servicios culturales desde la perspectiva del gasto familiar, Los [67]
- Sobre lo nuevo: ensayo de una economía cultural [18]
- Social creativity: re-qualifying the creative economy [38]
- Structure et mutations de l' économie de la mode: la dynamique création: patrimoine d' une industrie créative [167]
- Sub-clase creativa, La. Mitos y paradojas de la economía del talento [181]
- Superstars and heavy tails in recorded entertainment: empirical analysis of the market for DVDs [173]
- Textbook of cultural economics, A [37]
- Turismo cultural, El [116]
- Turismo cultural: el patrimonio histórico como fuente de riqueza [172]
- Valor económico de la cultura en España, El [70]
- Valor económico de la cultura en España, El: resultados 2000-2005 [71]
- Valoración económica de bienes públicos en relación al patrimonio cultural de Castilla y León: propuesta metodológica y aplicación empírica [89]
- Valoración económica del patrimonio artístico y cultural en Europa: benchmarking, Italia y España [103]
- Valoración económica del patrimonio cultural [89]
- Why culture attracts and resists economic analysis [44]
- Why every thing has changed: the recent revolution in cultural economics [124]
- Why has cultural economics ignored copyright? [171]