

_ CRISI

_ INCERTESES

_ SINERGIES

*ESTAT DE
LA CULTURA
I DE LES ARTS
01_2013*

_ÍNDEX

01. Cultura / eix estratègic	p 5
1.1. Pluralitat / cohesió	p 7
1.2. Territoris / interconnexió	p 8
1.3. Catalunya / clúster	p 9
02. Economia / cultura	p 11
2.1. Model sostenible / creativitat	p 11
2.2. Mecenatge / patrocini	p 14
03. El paradigma digital: un <i>reset</i> de la cultura	p 15
3.1. Reptes	p 17
04. Situació dels sectors	p 19
4.1. Llibre	p 21
4.2. Cinema i audiovisual	p 25
4.3. Música	p 31
4.4. Arts escèniques	p 35
4.5. Arts visuals	p 39
4.6. Cultura popular	p 43
4.7. Patrimoni	p 47
05. Algunes prioritats de sistema	p 51
5.1. Educació artística	p 51
5.2. Institucions: de l'eficiència a la necessitat	p 54
5.3. El valor social de la cultura	p 55
06. Redefinir el model	p 57
6.1. Model econòmic	p 58
6.2. De receptors a protagonistes	p 60
6.3. Internacionalització	p 62
6.4. Excel·lència i mèrit	p 64
07. Els compromisos del CoNCA	p 67
Annex: Diagnosi	p 71

01

CULTURA

EIX ESTRATÈGIC

La noció de cultura és crucial a l'hora d'entendre el seu creador i portador, l'ésser humà, fins al punt que s'ha dit sovint que el tret més distintiu de l'animal humà no és altre que el de ser un **animal cultural**. I és precisament la importància determinant d'aquesta noció el que fa que el terme *cultura* sigui tan polivalent, tan omniabastador i tan difús, i permeti tantes definicions diferents, i divergents.

La majoria de **definicions** es poden agrupar en dos grans blocs, les de **matriu antropològica** i les que segueixen el model clàssic. Les primeres, quan parlen de cultura, es refereixen al conjunt d'idees, hàbits i destreses en un sentit molt ampli que posseeix en un moment donat una societat determinada. Tot el que permet a un grup humà enfrontar-se amb el medi ambient i **crear el seu propi món** més o menys autònom dins aquest marc –i, de fet, transformar el marc mateix– és la seva cultura. És una noció màximament englobadora. **Tot el que no és genètica és cultura**. Però

també permet especificacions inacabables, tantes com definicions de grups humans siguem capaços de fer.

Per la seva banda, les **nocions clàssiques** entenen la cultura com a **conjunt de sabers** –també en un sentit molt ampli, que inclou les arts– que la humanitat aprèn i ensenya. És una noció que subratlla fenòmens com ara la ciència, la literatura, el pensament, etc., i que genera termes com *aportació, enriquiment i comunicació*. La noció clàssica de cultura és més restrictiva que l'antropològica i potser més substancial, perquè apunta més directament al cor de la imaginació i el pensament creadors. Per a la visió antropològica del fenomen, tant la Borsa com la Universitat de Barcelona serien objectes culturals; per a la visió clàssica, només ho seria la universitat, i encara distingiria entre les seves diverses funcions: ensenyament, publicacions, recerca, etc.

La noció clàssica de cultura és molt dinàmica i tendeix a ser jeràrquica. De cultura, se'n pot tenir més o menys,

es pot acréixer, es pot deteriorar. També és universal. Cadascú, persona o societat, participa d'una forma, determinada i potser especificable, en *la* cultura; però, en sentit estricte, no posseeix *una* cultura determinada i específica, perquè, almenys idealment, el conjunt de sabers que ha arribat a adquirir la humanitat és compatible per tots.

Cada societat, en cada època, educa els seus membres d'una manera més o menys determinada i els inculca certs sabers i costums i no, o no tant, uns altres. Posseeix un determinat patrimoni cultural perquè –i en tant que– el col·lectivitza. Justament, els grups socials es caracteritzen pels hàbits culturals que comparteixen els seus membres. Així, la visió clàssica s'acaba acordant –amb matisos– amb l'antropològica. Per això, al capdavant, no és paradoxal que dins de la cultura, entesa com a conjunt de sabers que posseeix la humanitat, també hi pugui haver tantes manifestacions aproximadament delimitables com subconjunts socials serem capaços de distingir dins del conjunt humà. Podrem distingir entre una noció universal, *la* cultura, i unes manifestacions específiques, unes parts. **Tant si d'això en diem cultura a Catalunya com si en diem cultura catalana, permet un acostament tant des del punt de vista antropològic com des del clàssic.** Coincideixen a recordar-nos que la cultura és crucial. És el principal factor determinant en qualsevol idea que ens puguem fer de l'ésser humà, de la seva història i del seu futur.

En la societat actual, més aviat hi ha la impressió que es concep la cultura –o almenys *l'alta cultura*, que en seria la quinta essència– com un luxe, i per tant, en el fons, com un ornament superflu i potser prescindible en temps d'austeritat. I en un període de crisi econòmica, les partides *culturals* són les primeres que reben retallades de tots els governs afectats. Potser la majoria de la gent trobarà comprensible que es cancel·li abans la despesa destinada al Liceu que la que s'assigna als hospitals –es pot sobreviure sense música, però amb la salut no s'hi juga–, però quan les retallades arriben a la recerca mèdica, a les beques estudiantils –de medicina i de la resta– i, en fi, als nuclis que generen i transmeten els coneixements que podrien millorar i potser

salvar les nostres vides, o també, per què no, treure'ns de la crisi que ara ens aclapara, s'imposa la convicció que estem cometent un error greu; que ens hem equivocat molt perillosament de prioritats. Que els òrgans directius de la societat –i bona part de la societat mateixa– pugui considerar superflu i prescindible el que és decisiu no deixa de ser un símptoma de l'estat de confusió en què naveguen les nocions socialment imperants sobre el que és la cultura. I les conseqüències no poden ser més que desastroses. Si l'educació acadèmica, la creació artística, la recerca científica i el debat d'idees s'equiparen –a la baixa– com a superfluïtats, no costa molt d'augurar-nos un futur molt fosc a tots.

Convertir la cultura en un eix estratègic és bàsic per a la supervivència del sector, però és sobretot una obligació urgent si es vol que Catalunya sigui reconeguda per la seva singularitat lingüística i cultural. La **vocació col·lectiva** vinculada a les aspiracions de reconeixement nacional de Catalunya hauria de tenir, necessàriament, una traducció en les prioritats del Govern i per tant també en el suport econòmic de les estratègies desenvolupades.

El sector cultural, avui, és un sector en creixement a escala mundial. Cada cop els mercats són més globals, i tot i el repte que representa el procés de digitalització, **la creació de continguts és una activitat de futur** i l'obertura de mercats és en si mateixa una oportunitat. En el marc global és on les empreses culturals catalanes poden aconseguir les seves oportunitats de creixement i el seu llindar de sostenibilitat.

El sector cultural ha de ser capaç de pilotar tota la riquesa indirecta que el sector genera, que és molta. Àrees com la de patrimoni, per exemple, estretament lligades al turisme, haurien de ser capaces de generar projectes empresarials, de fer de la cultura el motor econòmic que es beneficia de la riquesa que genera al seu voltant. La consolidació estructural del sector exigeix, doncs, una aposta clara per un model de progrés econòmic i social que situa la cultura al centre de la seva estratègia.

1. 1.

Pluralitat

Cohesió

A Catalunya, la constel·lació d'organismes que fomenten la generació, l'enunciació, el debat i la transmissió de coneixements, idees i intuïcions imaginatives, en els diversos àmbits d'una **societat complexa**, és petita i pateix constriccions òbvies, i no sembla que les circumstàncies actuals n'afavoreixin, almenys per ara, l'eixamplament. Amb tot, una reconsideració de la importància decisiva de la cultura, no solament com a aglutinant social o pol de reconeixement identitari –que també–, sinó, sobretot, com a instrument absolutament imprescindible de **canvi i de progrés social** i, en definitiva, com a factor cabdal d'humanització de l'ésser humà –l'única criatura el sentit de la qual l'impel·leix a esdevenir sempre, és a dir, a no reposar mai–, ens ajudarà a desfer confusions perillósament suïcides i a establir prioritats més assenyades.

Parlem de gent amb talent per generar idees, però també, i sobretot, de recursos i instruments. Parlem d'universitats, de laboratoris, d'editorials, de biblioteques, d'arxius, de museus, de sales de concert i de lectura, de filmoteques, de teatres, d'una premsa general i especialitzada que permetin la lliure discussió d'idees i projectes, de xarxes virtuals i reals, de punts de connexió i punts de transmissió. Ho necessitem, tot això. I el primer que ens cal és saber i fer saber que ho necessitem, i molt.

Els ruscos i els formiguers són societats complexes i ben organitzades que es reproduïxen i s'autoregulen de manera altament eficaç, exactament igual des de fa

milions d'anys. No canvien mai. Les societats humanes no són així. I la responsable principal que no siguin així és la cultura, **sempre dinàmica i sempre conflictiva**. És un bon motiu per tenir-la molt en compte.

La població de Catalunya ha crescut 1,3 milions d'habitants els darrers dotze anys. La major part d'aquest creixement –concretament un 88%– ha estat conseqüència de la immigració: un 30% de països de la Unió Europea, un 27% de l'Àfrica, un 26% de l'Amèrica del Sud, un 11% de l'Àsia i un 5% de l'Amèrica del Nord. Malgrat la crisi econòmica, que ha fet que aquesta tendència s'estanqués, avui **a Catalunya hi viu un 16% de població**

Catalunya és un país petit, representa l'1,5% de la població de la Unió Europea i el seu territori no arriba a l'1% del total europeu.

La Unió Europea és formada per 27 països, en els quals hi ha reconegudes 23 llengües oficials i 150 comunitats lingüístiques vives.

Catalunya no és essencialment diferent i els problemes als quals s'enfronta són similars als del conjunt de la Unió Europea i, sobretot, als dels països europeus que compten amb una llengua i una cultura minoritària.

d'origen estranger i es parlen fins a 180 llengües diferents, entre les quals destaquen l'àrab, el romanès, el francès i el gallec. Podem afirmar, doncs, que la diversitat cosmopolita i contemporània és el principal signe d'identitat de la nostra societat.

Aquesta diversitat afegeix complexitat al fet que el català, com a llengua pròpia, conviski amb el castellà, assumit com a llengua d'identificació pel 47% dels catalans. La gestió d'aquesta **realitat múltiple**, expressió de cultura i coneixement, és un dels nostres reptes, defineix la nostra complexitat, però també la nostra riquesa, ambició i faltalesa enfront d'un espai global cada vegada més homogeneïtzat. Aquesta és una de les raons importants per les quals estem obligats a multiplicar els esforços destinats a protegir i desenvolupar la nostra llengua i la nostra cultura.

El respecte a la diversitat és un punt de partida, no una fita, a partir del qual es pot construir la societat. Avui

la diversitat a Catalunya s'expressa de moltes maneres, orígens, edats, interessos, ideologies, trajectòries, etc., i totes són font de riquesa. La cultura és un dels millors vehicles per expressar aquesta diversitat i perquè aquesta entri en un diàleg obert i un debat permanent. Cal, en moments difícils, facilitar aquests espais de diàleg, de construcció individual i/o col·lectiva.

La cultura és una activitat nuclear en la vida de les persones, en la seva manera d'entendre i d'afrontar reptes vitals, que en aquests temps es multipliquen, i té una importància central que s'ha de tenir present en l'impuls de polítiques de cohesió social. En la cultura **trobem les respostes a molts reptes actuals de cohesió social**. La cultura ens **ha permès reafirmar la nostra identitat**, mostrar el que som com a país i contribuir, mitjançant la producció creativa i de pensament, a la construcció d'una societat més oberta i innovadora.

1. 2. _Territoris _Interconnexió

El disseny de les polítiques culturals impulsades per les diferents administracions han de tenir en compte aquest fet i alhora han d'equilibrar aquesta **distribució desigual dels recursos**, i fomentar la creació de pols d'atracció i concentració de serveis més enllà dels principals nuclis urbans: circuits de difusió distribuïts per tot el territori, agregació de serveis i projectes en àrees amb poca massa crítica, econòmica o de població, i finalment, la creació d'infraestructures tecnològiques i de mobilitat que facilitin la connectivitat i l'accés a la cultura. Amb tot, a les zones més aïllades i d'accés més difícil –Vall d'Aran-Pirineus i algunes de les comarques de Terres de l'Ebre, per citar dos exemples– s'ha de reforçar la intensitat de les polítiques de suport i proposar sistemes d'ajut i/o de mobilitat per incrementar les oportunitats de consum cultural d'aquestes poblacions.

Catalunya es caracteritza pel fet de tenir una població altament formada, ja que un 15,7% dels catalans tenen estudis de tercer grau i un 66,8% han completat els estudis superiors, i una distribució territorial molt urbanitzada, amb una densitat de població que és el doble que Polònia o Dinamarca, gairebé quatre vegades més que Escòcia o Irlanda i més de quinze vegades que Noruega o Finlàndia.

D'altra banda, la població catalana està fortament concentrada en una àrea metropolitana que aglutina el 63% de la població del país, la qual cosa ha tendit a provocar una centralització dels serveis culturals i dels recursos disponibles en aquesta àrea, però no tant del teixit i de l'activitat culturals, ja que l'associacionisme s'estén per tot el territori i esdevé un dels seus trets identitaris.

A partir de la realitat territorial actual, amb els **nous paràmetres d'accés** que aporten les **noves vies de comunicació** –en què l'espai i el temps deixen de tenir el valor i el paper que havien tingut fins ara–, i de la immediatesa i la universalització facilitades per les tecnologies d'informació, cal redistribuir el mapa d'actuació i distribució cultural. Calen **indicadors sobre els llistats d'accessibilitat**, que

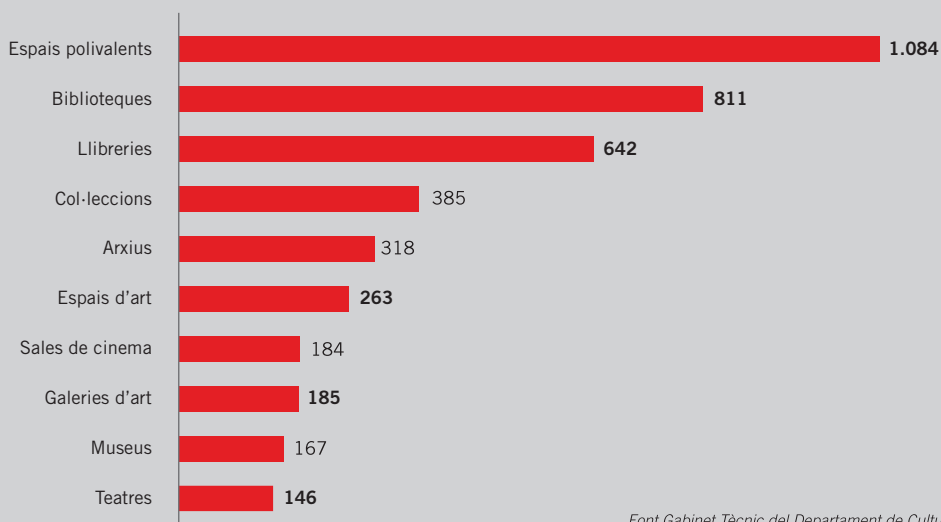
han de quedar marcats per una voluntat de col·laboració territorial, i cal incorporar criteris de compensació positiva en aquelles zones més desateses, i alhora, establir paràmetres d'eficàcia econòmica i rendibilitat social a fi d'assegurar una **gestió sostenible dels recursos**. Això implica avançar vers una agregació de serveis per sobre de les limitacions municipals, amb l'objectiu de donar al conjunt del país una oferta cultural més consistent i competitiva. I, finalment, cal promoure pols d'atracció distribuïts de manera equilibrada pel territori i articulats entre si, que constitueixin una veritable xarxa cultural de país que sigui sostenible.

1.3. _Catalunya _Clúster

Des de la recuperació de la democràcia, amb la voluntat d'aconseguir una normalització cultural i coincidint amb unes dècades de context econòmic positiu, **hem construït un país** que, en general, està **ben equipat** culturalment. Catalunya disposa de bones infraestructures culturals públiques i privades: més de 1.000 espais polivalents, més de 800 biblioteques, més de 500 museus i col·leccions, a l'entorn de 300 arxius, més de 800 pantalles de cinema, unes 150 sales d'exhibició escènica, més de 250 espais d'art, etc. Una important dotació en espais dedicats a la cultura que –malgrat algunes excepcions de desequilibri territorial– són una bona base i un bon punt de partida per accedir a la cultura.

Nombre d'equipaments culturals de Catalunya.

Segons tipus.



Font Gabinet Tècnic del Departament de Cultura

Idees i fets, cultura, societat, economia i política estan molt més densament interrelacionats i sense jerarquies predeterminades. Les idees tenen una capacitat transformadora del món, que s'ha d'aprofitar constructivament. Qui digui que ara mateix vivim com a realitats els somnis d'uns pensadors i d'uns creadors que fa segles que han desaparegut no pecarà d'exagerat. També la gent del futur viurà com a realitats –i d'una manera que ara no podem ni imaginar– els nostres somnis, si en tenim. Hem de reavaluar a fons la importància de la cultura –també en el sentit més clàssic– en la vida humana. Els coneixements, les idees, les intuïcions imaginatives, expressats, discutits i transmesos, configuren i transformen el món humà. **Catalunya és i ha de poder ser una potència cultural**, un clúster de creació i talent construït amb dècades d'esforç. Però avui la crisi econòmica i la gestió de les polítiques públiques estan posant en perill aquesta realitat.

A hores d'ara, la indústria cultural de Catalunya continua sent un sector econòmic potent: es comptabilitzen 20.132 empreses culturals, que ocupen 95.000 treballadors, el 3,3% de l'ocupació total a Catalunya. Tanmateix, la crisi econòmica està afectant molt directament aquest sector. Des del 2007 s'està produint un descens continuat de l'ocupació, que ha comportat una pèrdua d'un 29% dels treballadors i passar del 3,9% de l'ocupació catalana a l'actual 3,3%.

Cadascun dels sectors culturals està experimentant processos de redimensionament específics. El sector del llibre l'any 2010 va facturar un 10% menys que el 2009 i, des de llavors, la tendència negativa es manté i, fins i tot, s'accentua. Les productores audiovisuals també estan reduint l'activitat: l'any 2011 es van produir un 17% menys de llargmetratges que l'any anterior, i la caiguda d'espectadors està posant en dubte la viabilitat de moltes sales on, a més, la quota de pantalla de les produccions catalanes ha caigut del 8,4% al 7,1%. Les companyies catalanes de teatre, dansa i circ estan patint la reducció de contractacions de les administracions públiques i també la política de reducció de riscos per part de programadors privats. El sector de les galeries d'art ha fet públiques dades que parlen d'una reducció del 60% de l'activitat i del tancament del 20% de les galeries, la qual cosa s'afegeix a la paralització de bona part dels centres d'art que s'havien posat en marxa aquests darrers anys.

02

ECONOMIA **CULTURA**

2.1. ***Model sostenible*** ***Creativitat***

El context econòmic i financer està posant en perill la sostenibilitat i la **perdurabilitat del sistema cultural**.

A les reduccions pressupostàries de les administracions, especialment de la Generalitat i de l'Estat espanyol, cal afegir-hi la crisi financera dels ajuntaments i l'increment de l'IVA dels productes i del consum cultural, que repercuteix negativament en unes famílies ja molt afectades per la crisi econòmica que viu el país globalment. A més s'hi afegeix la crisi d'algunes caixes d'estalvi, que ha tingut una repercussió greu en les

seves obres socials, les quals, a més, han prioritzat els projectes socials per damunt dels culturals.

En general, l'actuació dels governs locals és bàsica a l'hora de fonamentar la sostenibilitat del sistema cultural, i els ajuntaments són els que més aporten al sector cultural català: un 54,3% del total de despesa pública, i un 11% les diputacions i els consells comarcals. El Govern de la Generalitat representa un 29,1% del total del finançament públic de la cultura que es fa a Catalunya.

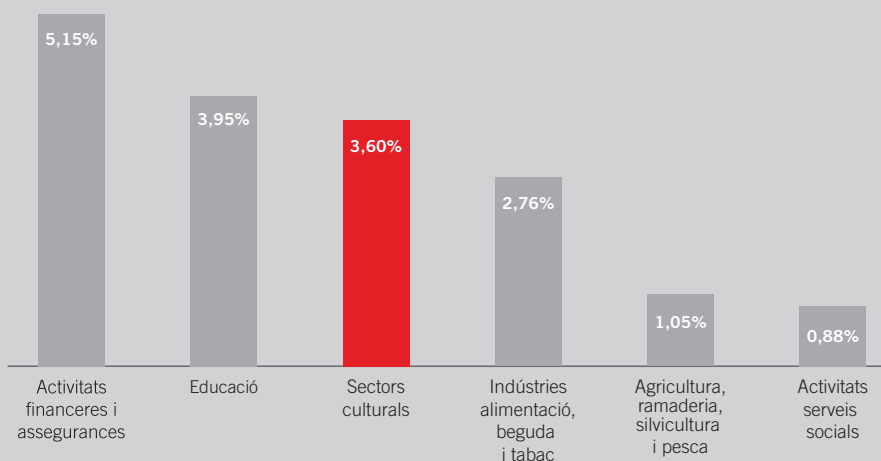
Els darrers cinc exercicis, el pressupost del Departament de Cultura s'ha reduït un 23%, mentre que la partida de subvencions d'aquest organisme va disminuir un 18,3%. Aquesta caiguda ha arribat al 37,2% en els ajuts a inversions i un 12,8% en els ajuts a activitats.

L'any 2012 s'ha experimentat una reducció superior en la partida d'ajuts a activitats per a tercers, fins a un 9,1%. Aquesta reducció és més accentuada si només es tenen en compte les transferències realitzades als principals equipaments culturals de Catalunya. Per a aquests centres, la reducció acumulada en els cinc períodes analitzats ha estat de més del 30%, amb reduccions interanuals entre el 8% i el 15%.

Nota: Els equipaments considerats per a aquests càlculs són: Biblioteca de Catalunya, Gran Teatre del Liceu, Consorci de l'Auditori i l'Orquestra, Mercat de les Flors, Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA), Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC), Museu Nacional de la Ciència i de la Tècnica de Catalunya (Mnactec), Museu d'Arqueologia de Catalunya, Teatre Nacional de Catalunya (TNC) i Fundació del Teatre Lliure.

La cultura a Catalunya genera més de 6.600 milions d'euros de valor afegit brut (VAB), la qual cosa suposa un 3,6% del VAB global català de l'any 2008 i, tot i reduint l'anàlisi només als sectors més tradicionals –activitats artístiques i espectacles; biblioteques, arxius i museus i indústries culturals –, el VAB cultural se situa molt per sobre d'altres sectors com el primari (1,05%), les activitats vinculades als serveis socials (0,88%) o la rellevant indústria d'alimentació, begudes i tabac (2,76%).

Comparació del VAB cultural amb el d'altres sectors econòmics. 2008 (en percentatge)



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Idescat i del Pla estratègic Cultura Catalunya 2021

Dins del sector, l'audiovisual, el llibre i la premsa són les indústries que concentren l'aportació més important al VAB, mentre que les arts escèniques, les galeries d'art i els fonogrames contribueixen de manera més reduïda a la generació de VAB.

Per cada euro aportat a la cultura per la Generalitat, l'Estat espanyol n'aporta 0,2 i els ens locals, 2,2; els turistes n'aporten 1; les caixes d'estalvis, 0,3, mentre que els ciutadans n'aporten 5,9. Aquestes dades demostren que la cultura és un sector altament autosuficient i és injusta la idea preconcebuda que en el conjunt del nostre sistema econòmic és més un llast que un motor.

Catalunya arrossega un dèficit cultural considerable respecte a la realitat i als l'indars europeus i, per tant, la reducció del pressupost destinat a cultura afecta un sector que encara avui està molt per sota del nivell a què s'hauria d'equiparar.

La cultura és llegat històric, expressió creativa, perspectiva crítica i capacitat de ser. Però la cultura és tam-

bé, i sobretot, valor econòmic, esperit d'innovació i un instrument fonamental per a la transformació vers una economia basada en la generació i la transferència de coneixement.

La manca de determinació en l'aposta cultural s'ha reflectit tradicionalment en els pressupostos de la Generalitat. L'any 2012 el pressupost de cultura del Govern de Generalitat ha estat de 301 milions d'euros. D'aquests, un 54% (163 milions) es destina a ajuts a tercers, en forma de suport a activitats, inversions o millores d'equipaments –dades del pressupost aprovat–.

És del tot necessari **superar el tòpic injustificadament estès que la cultura és una activitat majoritàriament subvencionada.** El pes més important del finançament cultural co-

El pressupost en cultura de les administracions amb competències culturals a Catalunya es reparteix de la manera següent: un 52% es destina a promoció i acció cultural; les biblioteques i els arxius s'enduen el 18% i els museus, el 14%; l'arqueologia i el patrimoni rep el 5%, i a normalització lingüística se'n destina un 3%.

L'esforç econòmic que fan els ens locals en el finançament cultural es reflecteix en l'import global destinat a aquesta matèria però, sobretot, en el percentatge que la despesa cultural representa en el global dels seus pressupostos: un 7% en el cas dels municipis i un 12% en el cas de les diputacions. En el cas de la Generalitat, el percentatge del pressupost de cultura respecte al global és d'un 1,3%. Aquesta xifra palesa l'escassa centralitat i l'atenció insuficient que la cultura ha obtingut sovint dins del conjunt de prioritats polítiques dels successius governs de la Generalitat.

Una breu ullada comparativa amb la resta d'Europa posa de manifest que la ràtio de despesa en cultura per ciutadà a Catalunya, considerant la suma d'aportacions de les administracions, està a una distància massa gran dels països amb una població semblant i que comparteixen amb nosaltres la necessitat de defensar i mantenir una llengua i cultura minoritàries. L'any 2011, la despesa en cultura/ciutadà a Catalunya era de 149 €/hab., molt per sota dels 168€ de Finlàndia, del 171 dels Països Baixos, dels 220 de Suïssa, dels 364 de Dinamarca i dels 380 de Noruega (dades dels països europeus de l'any 2005).

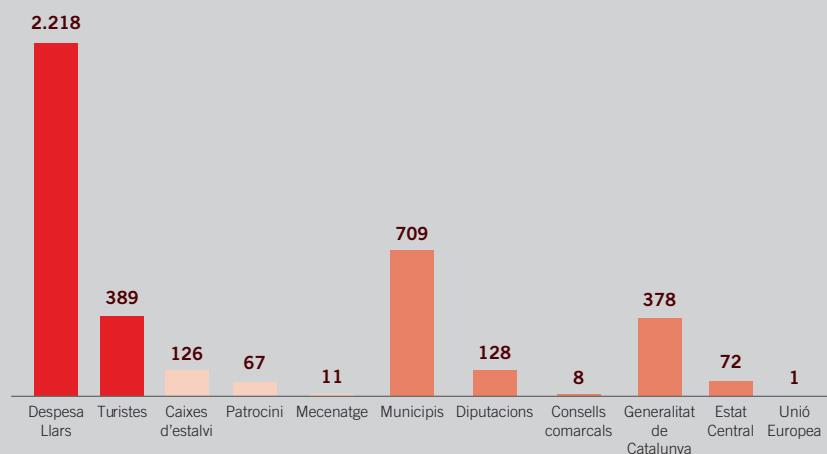
respon a les aportacions dels ciutadans mateixos. La despesa de les llars en cultura i lleure és la font més important de recursos per al sector cultural. El 54% dels recursos econòmics de la cultura provenen d'aquest àmbit, que, si hi sumem els recursos provinents de la despesa en cultura realitzada pels turistes, representen un 63,5% dels recursos totals per a la cultura. Contràriament, la despesa pública en cultura, considerant el conjunt de les administracions, ha estat l'any 2010 de 1.297 milions d'euros, que representa un 31,6% del total dels recursos amb què es finança l'activitat cultural.

Les dades econòmiques desmunten els estereotips socials que han estigmatitzat la cultura com una activitat costosa i altament subvencionada. Encara més si analitzem els costos d'algunes infraestructures o comparem les

les aportacions públiques, sinó també la capacitat dels ciutadans d'invertir en allò que hauria de ser un dret fonamental. L'increment de l'IVA i l'estancament del nou projecte de llei de mecenatge agreugen les dificultats a què s'enfronta el sector per a la seva sostenibilitat.

subvencions culturals atorgades amb les rebudes per altres sectors, com ara l'agricultura o l'automòbil –en el moment de tancar la redacció d'aquest informe, el Govern de l'Estat acaba d'anunciar la renovació del Plan PIVE per un import de 150 milions d'euros, un import que gairebé iguala les ajudes del Departament de Cultura al sector cultural durant l'any 2012–. Es pot afirmar sense vacil·lacions que **la cultura catalana ha estat maltractada històricament, a més de valorada injustament**. Avui, però, la situació és d'emergència. La crisi afecta no només les retallades de

Despesa en cultura de diferents agents.
2010 (en milions d'euros)



Font: Elaboració pròpia a partir de dades provinents de diferents fonts

2. 2. _ *Mecenatge* _ *Patrocini*

No disposem de dades consistents sobre les dimensions econòmiques actuals del mecenatge a Catalunya. Al conjunt espanyol, les dades d'Hisenda indiquen que l'any 2008 unes 146.000 persones van fer donació per un valor de 44 milions d'euros, però no s'hi precisa quina part d'aquestes aportacions correspon a projectes realitzats a Catalunya ni quins tenen a veure amb temes culturals. La manca de dades en aquest sentit fa difícil **avaluar-ne l'impacte** actual i fer previsions de futur del que podria comportar per a la cultura la reclamada llei de mecenatge.

És evident que l'actual situació legal i els avantatges fiscals del mecenatge al nostre país difereixen de manera significativa dels existents en països del nostre entorn. Mentre que a Espanya les deduccions per mecenatge són del 25% per a les persones físiques i del 35% per a les persones jurídiques, a França la modificació legal de l'any 2003 va incrementar aquestes deduccions fins a situar-les entre el 60% i el 65%. Per tant, no és difícil d'imaginar que qualsevol millora en aquest sentit revertirà favorablement en l'àmbit cultural.

Pel que fa al patrocini, en estimacions realitzades en el conjunt d'Espanya es calcula que es mouen 1.000 milions a l'any en activitats de patrocini. La major part d'aquest import es destina a activitats esportives i socials. La cultura activa, segons aquestes fonts, una xifra de patrocini situada entre 60 i 100 milions, i l'estimació del que representa Catalunya dins del volum total espanyol és d'un 30%.

Fins ara, una altra font important de finançament de la cultura ha estat la procedent de les caixes d'estalvi, les quals durant molts anys han fet una aposta impor-

tant de suport a la cultura, que s'havia anat reduint els darrers anys en benefici sobretot de les activitats amb finalitats socials. La crisi financera ha modificat completament aquest escenari: l'any 2010, el conjunt d'aportacions de les caixes a obra social va ser de 558 milions d'euros, si bé només el 22,5% d'aquest import, més de 125 milions, es va destinar a programes culturals, d'oci i de patrimoni històric i artístic.

El futur de les obres socials de les caixes d'estalvi presenta incerteses, atès que s'hi han produït intervencions i integracions, incloent-hi absorcions per bancs que no tenen l'obligació legal de mantenir l'obra social. Aquesta transformació de l'escenari de les obres socials de les caixes d'estalvi reclama un esforç d'adaptació de les institucions públiques i del conjunt dels actors culturals.

03

EL PARADIGMA DIGITAL: UN *RESET* DE LA CULTURA

Les modificacions profundes en els models de producció i consum culturals expressen el canvi d'època que viu la nostra societat. Són transformacions substancials: res és, ni serà, com abans. **La velocitat d'implantació i d'evolució de la nova cultura tecnològica ha superat la capacitat de resposta i d'adaptació de les administracions, de la indústria cultural, tradicionalment innovadora, del món educatiu, i fins i tot la dels mateixos creadors.** La digitalització defineix nous models de negoci, obre noves vies de finançament, multiplica les possibilitats de difusió i canvia els hàbits de consum d'un nou públic jove i emergent.

Per a una cultura com la catalana, que disposa d'un gran talent, però d'un territori limitat, el paradigma digital pot ser una finestra oberta al món que cal aprofitar

en totes les seves potencialitats. **La nova realitat és una oportunitat.** Una oportunitat per al talent, l'enginy i la innovació, i una plataforma perquè la cultura catalana pugui tenir més i millor presència més enllà de les nostres fronteres.

La xarxa pot ser un aliat valuós dels creadors i ofereix nous espais per donar a conèixer la seva obra i generar noves capacitats del seu potencial creatiu. Pot connectar –sense costos substancials ni intermediaris– amb un nombre il·limitat de seguidors, que es converteixen al seu torn en prescriptors potencials i antenes de difusió. S'hi poden generar **sistemes de comunicació viral**, que mai fins ara al nostre país havien aconseguit els projectes culturals. Aquest nou paradigma comporta un canvi de paràmetres, expectatives i models de negoci

fins ara establerts. Davant d'això, cal plantejar-se nous conceptes d'innovació. És l'hora d'explorar nous camins d'interrelació entre usuaris i creació.

La indústria cultural s'ha d'adaptar amb iniciativa i lucidesa a la transformació digital, avançar-se als nous corrents i cercar el lideratge en un espai de continguts globals, on la fortalesa s'accentua amb la capacitat d'identificar el talent, de ser prescriptor de qualitat i oferidor de serveis, de superar els límits de gestió territorial tradicional –drets internacionals, traducció multilingüe, etc.–, i de reorientar els seus projectes per garantir-ne la continuïtat i l'enfortiment.

S'imposa, doncs, **redefinir nous models de negoci**, que impliquen, necessàriament, una reducció de les cadenes d'intermediaris, una diversificació de les activitats i una personalització més acurada del producte. Sense necessitat de grans estructures s'obren oportunitats de negoci per als continguts digitals, a mesura que avancen les innovacions tecnològiques. Per aquest motiu, cal fomentar que l'empresariat cultural català vagi ocupant posicions estratègiques en els nous mercats digitals a partir d'una actitud oberta als canvis actuals.

Fins ara, el debat sobre la transformació que comporta l'espai digital s'ha centrat, principalment, en la gestió i la defensa dels drets d'autor i, específicament, en l'atac a la pirateria, que constitueix avui una xacra que amenaça la indústria cultural i els creadors. Catalunya, com a comunitat política i cultural que aposta per la creativitat i l'excel·lència, necessita prendre posició en aquest debat i liderar propostes. El creador i la indústria han de poder assegurar els seus drets, i l'Administració ha d'ajudar a crear el marc jurídic i de control perquè sigui possible.

Alhora, però, no podem oblidar el canvi conceptual de la forma de consum que comporta l'espai digital; **l'objecte ja no és la propietat del bé, sinó l'accessibilitat als continguts**. S'ha de preveure, doncs, que hi hagi creadors que decideixin poder distribuir sense cànons les seves produccions, i apostar per altres vies de compensació econòmica del seu treball més a llarg termini.

La tecnologia permet avui totes les fórmules d'obertura i de control, sense més límits que els que el creador

La situació del català a Internet és bona, amb una presència molt superior al pes demogràfic dels seus deu milions de parlants, aproximadament. Les dades següents ho confirmen:

_El català continua al lloc vuitè de l'índex de penetració d'Internet –nombre d'usuaris d'Internet dividit per la població total del país–, per davant del francès, l'alemany, l'italià i el castellà.

_El domini .cat és el segon domini que més ha crescut l'any 2012 i supera els 61.000 dominis registrats.

_La Viquipèdia en català, amb més de 391.000 articles, és la quinzena llengua més utilitzada d'entre les 285 llengües que inclou aquesta enciclopèdia virtual.

_El català és la dinovena llengua més utilitzada a Twitter. Gairebé 80.000 usuaris han actualitzat el seu Twitter al català.

decideixi. Per això fan falta plataformes de distribució adequades, proposar pactes, d'altra banda imprescindibles, amb les plataformes tecnològiques i establir mecanismes de sanció que garanteixin el compliment de la normativa.

Afrontar amb èxit aquesta transformació té una importància crucial per a la supervivència del nostre sistema cultural. És vital que els creadors catalans i les seves propostes estiguin presents a la xarxa, i també ho és que les nostres indústries, capdavanteres fins ara de canvis i transformacions, assumeixin de ple i encapçalin aquesta nova època, des del punt de vista de la comunicació però també dels formats creatius.

L'espai digital està transformant radicalment la relació de la ciutadania amb la cultura. El nou paradigma permet una major **segmentació de continguts**, una difusió horitzontal, una posició més activa del consumidor en la selecció i valoració, per exemple. És l'usuari qui de

cideix què, com i quan vol aproximar-s'hi. Intervé en la producció –planificant, suggerint, etc.–, es converteix en actor en la difusió –reenviant, recomanant, etc.–, i esdevé sovint prescriptor per a àmplies comunitats.

3. 1. *Reptes*

Hem d'assumir aquest canvi d'època des de l'obertura de mires, sense caure en posicions rígides. I cal sobretot que les administracions liderin aquest procés i posin les bases per acompanyar les empreses, les institucions i els creadors per fer els canvis que inevitablement han d'afrontar davant dels reptes següents:

_Les indústries culturals necessiten una **adaptació accelerada** a la nova realitat digital. Des dels diferents sectors culturals, i amb la complicitat dels poders públics, és una aposta per enfortir les **estratègies empresarials** –nous productes, nous formats, noves plataformes de distribució–, i adaptar-se a les noves necessitats de l'espai digital.

_Els agents culturals públics han de desenvolupar cada cop més la **versió digital** dels serveis, activitats i continguts per aprofitar les noves fórmules d'extensió de la cultura i els nous models d'accés.

Els contractes programa entre grans institucions i el Departament de Cultura haurien d'incorporar la **dimensió digital** com objectiu prioritari per difondre i democratitzar la cultura. De la mateixa manera, els grans productors de continguts culturals haurien d'assumir la **responsabilitat de digitalitzar els seus fons** per garantir-ne la pervivència i l'accessibilitat.

_Cal incorporar **nous conceptes digitals** en les polítiques de suport a la creació, la producció i la difusió cultural. Això s'ha de reflectir en les bases de les subvencions,

en les convocatòries de residències artístiques i en els programes específics per construir una cultura catalana d'avantguarda en el marc del paradigma digital.

_Fan falta **plataformes d'intercanvi i de treball comú** entre el sector de la tecnologia i el cultural. La digitalització també ha de comportar per a les institucions públiques una **cultura de treball en xarxa des de la virtualitat**.

_Els estudis de públics, les estratègies d'ampliació de públics, les polítiques comunicatives amb els públics, encara avui no tenen prou en compte que s'hi han produït una **diversificació i un eixamplament a partir del consum cultural a la xarxa**. S'ha transformat el model de consum, i les relacions que s'estableixen entre qui ofereix cultura i qui en consumeix no són les que fins ara eren vigents.

Hi ha un públic no satisfet exclusivament amb el consum sinó que vol tenir un paper actiu i modulador de l'oferta i que exerceix de prescriptor en el seu entorn digital.

_Les **noves generacions de consumidors** viuen immerses en el paradigma digital. Aquesta realitat obre un nou espai d'oportunitats per al sector cultural.

_Malgrat no tenir-ne les competències directament atribuïdes, Catalunya pot ser exemplar en el desenvolupament d'una **proposta de relació, desplegament i control dels drets dels creadors a la xarxa**, proposant les línies de pactes amb les operadores tecnològiques i les societats de gestió de drets d'autor perquè ho facin possible, i establint alhora els controls i les sancions que n'assegurin el compliment.

_El nou paradigma digital ofereix noves opcions d'accés a la cultura, però també comporta un nou risc d'exclusió. Convé, doncs, reforçar tots els mecanismes existents per minimitzar aquest risc i apostar perquè els drets de ciutadania al segle XXI, en els quals cal incloure els **drets culturals**, tinguin en compte la **dimensió digital**.

04

SECTORS

Els sectors de la cultura, tot i les singularitats, comparteixen **reptes i solucions comuns**. Consolidar l'estructura d'organització, **crear sinergies**, mancomunar serveis i ampliar la difusió, no només per arribar a més persones sinó per complir la seva funció social, és una necessitat per a tots els sectors. L'adaptació als **nous paradigmes digitals** és una tasca urgent per a les indústries culturals, però alhora és una oportunitat per a qualsevol proposta creativa, ja que a la xarxa es pot experimentar amb nous formats d'expressió, ampliar les possibilitats de finançament i millorar les oportunitats de difusió.

En el marc legislatiu, el sector en conjunt té assignatures pendents des de temps remots: **l'adaptació de la Llei de mecenatge** a les necessitats actuals de finançament per al sector i l'adequació dels drets d'autor perquè frenin els efectes nocius apareguts amb els **nous formats tecnològics** als espais de **difusió digital**, que ja han afectat sectors importants com la música i l'audiovisual i han fet aparèixer un risc evident al sector del llibre de paper. També s'ha de treballar en l'impuls del molt esperat **Estatut de l'artista**, que ha de desenvolupar un marc adequat en el camp fiscal i laboral.

Les retallades econòmiques, mesures com l'augment de l'IVA i les dificultats financeres que pateixen tant el Govern com la majoria dels ens locals del país, estan portant al límit del col·lapse un gran nombre de projectes, col·lectius i institucions, i posen en perill el manteniment de l'activitat i la sostenibilitat futura.

És urgent destinar més recursos públics a la cultura i posar fi a la reducció de pressupostos. S'ha de garantir **un marc estable per al sector cultural**, i les administracions han de ser facilitadores i mediadores de les iniciatives i dels projectes que tenen el valor d'aparèixer en moments tan complexos.

Tot i la difícil situació econòmica actual, no minva la **qualitat de les propostes** del sector gràcies al compromís i la militància cap a la seva feina dels artistes, els col·lectius i els equips de gestió de projectes culturals. Tanmateix, s'ha de ser conscient que per mantenir el nivell d'activitat actual, s'haurà d'apostar per estructures que afavoreixin la col·laboració i defineixin **nous marc d'actuació entre els agents públics i privats**. Hauríem de compartir responsabilitats, concentrar esforços i avançar vers una política compromesa que identifiqui i prioritzi les actuacions amb visió de país.

En aquest capítol es fa una aproximació als problemes i reptes dels principals sectors. Aquesta anàlisi no pretén definir el que seria la política de cada sector sinó més aviat posar el focus en els canvis i les transformacions que està vivint el món de la cultura aquests moments.



© Manel Sala "Ulls" / Institut de Cultura de Barcelona, Iclub

_El sector català del llibre té un nivell de producció editorial que sobrepassa, quantitativament, la seva dimensió en termes de consum i creació, ja que grans grups editorials amb seu a Catalunya competeixen al **mercat internacional**. Entre les editorials catalanes, que els últims anys han protagonitzat **moviments de concentració** en grans grups i de diversificació de negocis, hi ha marques que lideren el mercat llatinoamericà i que estan entre els principals grups europeus. Però també el sector el compon una altra realitat: al costat d'aquests grans grups s'ha desenvolupat una important i **creixent xarxa d'editorials independents** de dimensió reduïda –un 70% de les editorials es podrien considerar microempreses.

_De tots els sectors culturals, la indústria editorial és la més consolidada. En aquest sentit, només l'edició en català rep suport públic de finançament. Tot i això, aquest suport és reduït en comparació de la facturació del sector, ja que les ajudes públiques només representen un 1,8% del total de la facturació. En aquest moment, i en el context econòmic actual, les ajudes s'han reduït notablement. Cal assegurar la capacitat financera de les editorials amb el **manteniment dels crèdits reintegrables**, ajudar el sector en la seva transformació digital i mantenir les línies que facin viable l'edició de risc, la incorporació de nous autors, la recuperació del patrimoni literari i la **dotació bibliotecària**, i una presència més gran del llibre a l'àmbit escolar.

_El sector de l'edició avui passa per moments d'incertesa davant del canvi de context econòmic general i de la importància del nou paradigma digital. En el cas de Catalunya, intervé

també el factor d'un **doblet mercat en català i en castellà**.

_El sector mostra els últims anys un **descens constant de producció, facturació i llocs de treball generats**. Per tant, s'està redimensionant i, davant dels descensos de vendes, fa apostes clares per la renovació i la diversificació econòmica. Les grans empreses disposen d'una musculatura financera que els permet afrontar projectes ambiciosos, però les petites editorials demostren també capacitat d'adaptar-se, amb plantejaments basats en la innovació i l'especialització.

_El conjunt de les editorials catalanes van facturar l'any 2011 a Espanya 1.332 milions d'euros (un 7,1% menys que el 2010 i un 17,9% menys que el 2008).

_Per gèneres, el volum de facturació més elevat correspon a la literatura, amb un 31,4 % del total de la facturació (2,5 punts percentuals menys que el 2010), seguida pel llibre infantil i juvenil, amb un 15,4% de la facturació (3,3 punts percentuals més que el 2010) i, en tercer lloc, pel llibre de text no universitari, amb un 13,3% de la facturació.

_L'any 2011 les editorials catalanes van publicar 33.970 títols (un 1,3% menys que el 2010) i 136 milions d'exemplars (un 11,8% menys que el 2010).

_El canvi de context econòmic i una certa saturació del mercat del llibre són, possiblement, els factors explicatius d'aquesta realitat, perquè l'arribada del **llibre digital**, que implica un **canvi d'hàbits**, encara no ha comportat una gran transformació del sector: l'any 2010 la facturació per vendes de llibres de format digital a Espanya va ser del 2,4% del total. Tanmateix, el mercat digital va a l'alça, com demostra el fet que l'any 2011

_La facturació del llibre en català ha passat dels 239 milions d'euros l'any 2010 als 242 milions d'euros l'any 2011. El percentatge de les subvencions públiques al llibre català, sense tenir en compte el llibre de text, representa el 3,2% de la facturació del sector.

_Els ajuts destinats al món del llibre fins al 2011 per l'Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC) s'han reduït un 32,4% del 2010 al 2012, amb la desaparició de les línies de promoció editorial i digitalització. Per contra, s'ha destinat una partida nova a ajuts reintegrables.

_El sistema d'adquisició bibliotecària ha reduït la dotació un 35% en el mateix període.

_També els ajuts de la Institució de les Lletres Catalanes, més reduïts econòmicament però vitals per a determinades activitats altament culturals, s'han reduït un 48,7%.

_Els ajuts del Ministeri d'Educació, Cultura i Esport a la producció del llibre en català s'han reduït un 41%.

les editorials catalanes van cursar 6.083 peticions d'ISBN d'edició electrònica, la qual cosa significa un creixement de gairebé el 85% respecte del 2010.

Els llibres en català representaven el 18,2% de la facturació total de les editorials a Catalunya. Mentre que el tiratge mitjà total va ser de 4.003 exemplars per títol en llengua castellana (un 10,6% menys que el 2010), la producció en català va ser de 2.365 exemplars (un 8,4% menys que 2010). Tot i que es continua llegint més en castellà (69%) que en català (26,7%), entre 2008 i 2011 els llibres llegits en català han augmentat un 15%, mentre que els llegits en castellà han caigut un 4%.

_Un debat important en el sector és la incidència que hi pot tenir la **pirateria**. Tot i que encara no hi ha certes que permetin igualar l'impacte d'aquesta pràctica al que succeeix en altres àmbits de la cultura, hi ha evidències que el sector té dificultats a l'hora de trobar respostes organitzades prou eficaces als reptes que planteja la **digitalització del món del llibre**. En aquest sentit, l'aplicació de l'IVA del 21% del llibre digital pot ser un factor de contracció en aquest mercat emergent.

_El sistema de distribució dels llibres s'ha caracteritzat a Catalunya per la **segmentació de les empreses distribuïdores** i la dependència de les editorials, a diferència d'altres realitats europees, amb grans plataformes logístiques que concentren aquesta activitat. Aquesta dependència provoca **desajustaments en el mercat del llibre**, i la doble funció de prescripció qualificada i de servei logístic en la distribució dels llibres no queda prou ben resolta.

_D'altra banda, l'arribada al mercat de nous distribuïdors de **venda per Internet** també constitueix un factor més de desequilibri sectorial. La capacitat de les multinacionals de la venda en línia està posant a prova encara més la possibilitat de resposta del sector, també a Catalunya. L'arribada d'aquestes plataformes pot contribuir a la debilitació que pateix la important xarxa de llibreries catalanes. Més enllà de les notícies de tancaments de llibreries històriques del país, que són notícies greus, les **llibreries tradicionals** passen per moments complicats. Al descens de vendes, cal sumar-hi la dificultat de les petites i mitjanes empreses per adaptar els negocis als canvis constants del sector i la competència per la concentració de les vendes en les grans cadenes internacionals. Tot i així, atès que la lectura de llibres no ha baixat, cal esperar que els anys vinents les llibreries evolucionin vers uns formats més

especialitzats i professionalitzats. Això no treu que calgui pensar en mesures dirigides a protegir els comerços que configuren un teixit urbà singular, vinculat al model de ciutat que es vol desenvolupar. I certament el paper de les llibreries situades fora dels grans nuclis urbans és fonamental en la vida cultural de moltes poblacions mitjanes del país.

_Per tant, des de la perspectiva de l'oferta, tant en la producció com en la distribució, la sacsejada que ha rebut el sector els últims anys ha fet aflorar algunes ineficiències històriques i ha provocat la necessitat de repensar el model tradicional.

_En relació amb el consum del 2011, cada català va llegir una mitjana de **quatre llibres l'any**. Per tant, la xifra global de llibres llegits va ser de més de 26 milions, i va superar de 4 milions la xifra del 2008. Aquest augment pot tenir l'origen en l'augment dels anomenats *lectors d'alt consum* –més de cinc llibres l'any–, que s'han incrementat un 7,3% en el període comprès entre 2008 i 2011. En aquest sentit cal ressaltar l'important paper de les **biblioteques públiques** com a espai cultural de proximitat i equipament especialitzat en el foment de la lectura. El desplegament reeixit de biblioteques públiques del nostre país, amb xifres d'usuaris molt notables, és un exemple de xarxa territorial, d'**equipament cultural de proximitat** i, especialment, de cooperació entre diferents àmbits institucionals. De fet, les biblioteques constitueixen sovint nuclis molt actius i dinàmics d'irradiació i de participació cultural, amb una funció que va més enllà de la que tradicionalment havien assumit. D'altra banda, el sistema bibliotecari compleix una important funció educativa en el territori, que s'ha de relligar amb el sistema escolar del país.

_La dimensió industrial de les editorials catalanes ha jugat a favor de l'edició en català, ja que durant anys s'hi

han pogut aprofitar economies d'escala i assumir riscos en l'edició en català, que segurament, amb unes altres condicions, no s'haguessin pres. Ara bé, en aquesta realitat canviant i en el marc de les reestructuracions del sector, el llibre en català, amb un **mercat potencial més limitat**, ha de fer un esforç addicional d'innovació i d'adaptació per no quedar afeblit. Respecte a això, cal valorar molt positivament la labor constant de moltes editorials independents que fan una **clara aposta pel llibre en català**, i en garanteixen la qualitat i la diversitat.

La capacitat creativa de la literatura catalana, conjuntament amb la solidesa de les nostres editorials, és avui una assegurança davant dels moviments que s'estan produint al sector. La literatura exerceix una funció primordial de **representació de la societat com a construcció cultural**. Hi trobem reflectides les emocions, les preocupacions, les reflexions i les circumstàncies que defineixen l'experiència humana en un sentit individual i col·lectiu. Això explica la importància crucial de la literatura en la configuració de referències que vertebraven una realitat social. A Catalunya, la literatura té un prestigi notable, tot i les dificultats que les circumstàncies històriques han provocat per garantir la consciència de tradició des dels clàssics medievals fins als autors més contemporanis. Per consolidar un **sistema literari propi**, que necessàriament ha de conviure amb la producció literària traduïda d'altres llengües, és fonamental donar suport a l'emergència de nous talents, implicar les universitats i els mitjans de comunicació en la conformació d'un canó basat en l'excel·lència que tingui la difusió necessària per facilitar que es produeixi el reconeixement i el diàleg indispensable entre l'autor i el públic lector, i apostar amb determinació per la **projecció internacional** de la nostra literatura, com una de les manifestacions més capaces de fer present al món la nostra mirada sobre la realitat.

El nou paradigma digital té una repercussió profunda sobre el fet literari, tant des de la perspectiva de la creació, com sobretot pel que fa a la comunicació i la difusió. L'impacte de les **xarxes socials en la vida literària** és profunda, perquè hi aporta canals extraordinàriament potents i eficaços que poden incidir en nous camins d'accés als textos literaris i en un incre-

ment del consum de literatura.

En aquest context de proliferació de textos literaris, són fonamentals les accions que, per mitjà de reconeixements o d'accions mediàtiques i educatives, serveixin per posar en relleu les obres i les trajectòries que es caracteritzin per la **qualitat, el rigor, l'exigència, l'ambició i l'originalitat**, a fi d'evitar el **risc de la banalització**, que pot afavorir la injustificada percepció pública de la nostra literatura com una producció d'una importància menor respecte a altres literatures representades també a les llibreries del nostre país, pel pes creixent que sortosament hi tenen les traduccions.

Avui el mercat ha canviat i, tot i que s'hi intueixen algunes tendències, els horitzons de futur no estan clarament definits. El sector del llibre no tornarà a ser el mateix que era tan sols fa una dècada i les múltiples incerteses només tenen una possibilitat de resposta: **l'agilitat, l'adaptació i l'avançament als esdeveniments**.

El sistema d'ajuts públics al sector s'ha modificat poc des de la seva creació, l'any 1981. Un model orientat a fomentar la producció en català ha d'evolucionar cap a un **sistema que fomenti més la creació de mercat**, i ha d'incorporar la promoció i sistemes financers que proporcionin capacitat al sector editorial, sobretot al de menys dimensió. El sector ha d'abandonar la competència basada en el volum de producció. La demanda no acompanya aquest model. L'aposta demana, doncs, innovació: **nous formats, plataformes i préstec digitals**, sistemes com **la impressió per encàrrec** (*print on demand*), nous canals de distribució, etc. Les línies de suport públic han d'apuntar cap a aquesta reconversió.

És urgent, finalment, com ja hem assenyalat, repensar el sistema de distribució tradicional, dominat per les mateixes editorials, i trobar sistemes més eficients com els que funcionen a altres països europeus, amb grans plataformes logístiques. A més, cal treballar per una modernització del comerç del llibre que preservi i potenciï la importància de la figura del llibreter.



© Filmoteca de Catalunya



Cinema i audiovisual

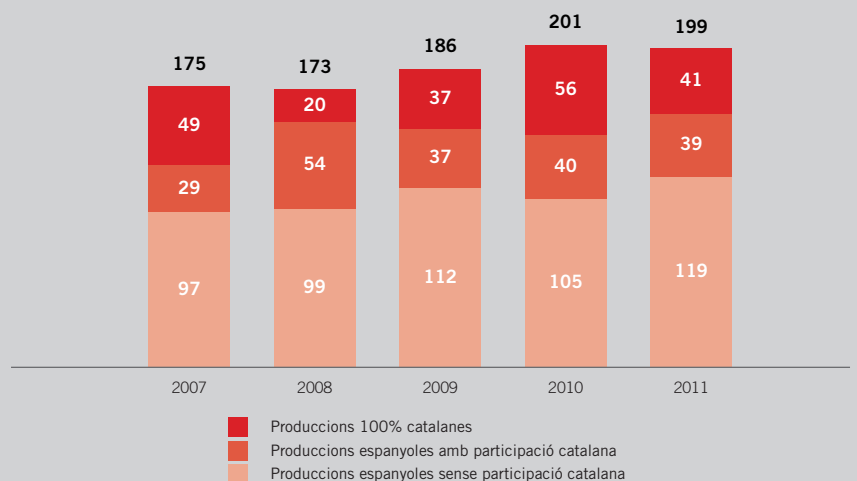
_El cinema català està vivint un **moment molt creatiu**. L'aposta d'algunes institucions, com l'Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC) i TV3, que incrementen la capacitat de producció, i la millora del sistema formatiu en el sector, que inclou màsters en algunes universitats i, especialment, la tasca feta per l'Escola Superior de Cinema i Audiovisual de Catalunya (ESCAC), han ajudat a despuntar les potencialitats d'aquest sector i a incrementar-ne el prestigi.

cas que hi hagi aspectes qualitius i d'interès cultural que ho aconsellin.

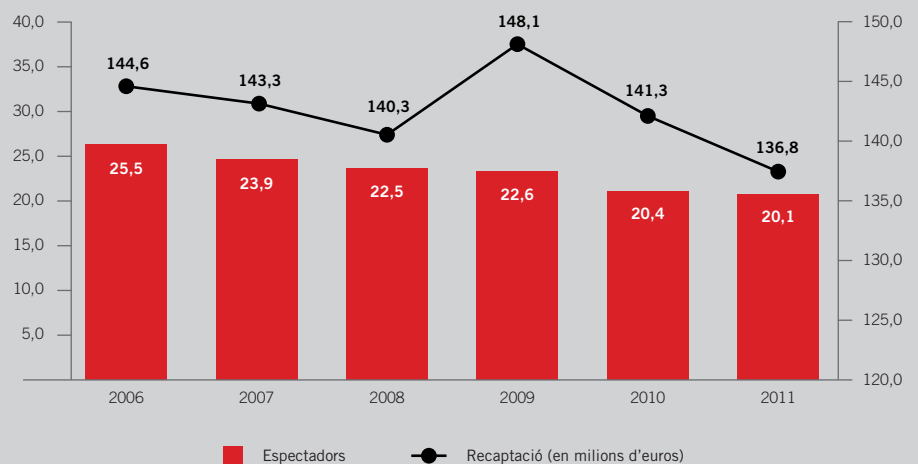
_No es pot atribuir aquest increment de la producció cinematogràfica a la demanda, ja que la quota de pantalla de la producció catalana rarament supera el 10%. Per aquest motiu, l'explicació s'ha de buscar en decisions polítiques, configuració del sector i aspectes tecnològics.

_A Catalunya, l'any 2011 es van produir 41 pel·lícules i se'n van co-produir 39. Aquestes xifres representen una ràtio de 10,6 pel·lícules per cada milió d'habitants, una xifra molt elevada si es compara amb la d'Espanya –4,2 pel·lícules per milió d'habitants i any– i encara més llunyana de la mateixa dada per a França o Alemanya –2,8 i 2,3 pel·lícules, respectivament, per milió d'habitant i any. El nombre de produccions realitzades anualment ja no és un indicador fiable de la bona salut del sector. S'ha d'aconseguir que les produccions que mostrin capacitat de **generar retorn econòmic suficient** tinguin accés als mecanismes financers, públics i privats i que estiguin ajustades als requeriments específics del sector, i a més, quan el retorn econòmic no estigui garantit, el suport públic hi ha d'intervenir per assegurar un sector audiovisual ric i plural només en el

Evolució dels llargmetratges produïts a Espanya amb participació de productores catalanes o sense. 2007-2011



Evolució d'espectadors i de recaptació dels cinemes a Catalunya. 2007-2011



Font: Gabinet Tècnic del Departament de Cultura i Secretaria General de Cultura del Ministeri d'Educació, Cultura i Esport



Cinema i audiovisual

_El suport institucional ha caigut en picat els darrers dos anys; a l'àmbit estatal l'Institut de Cinematografia i de les Arts Audiovisuals (ICAA) ha reduït de manera important els ajuts a l'amortització –de 56 milions disponibles l'any 2010 s'ha passat a 35 milions per a l'any 2012–, mentre que a Catalunya l'ICEC, amb un pressupost molt més baix, ha reduït un 50% el suport a la producció i l'explotació de pel·lícules. A aquesta situació s'afegeix la **fragilitat del múscul financer del sector**, agreujat pel context de crisi general, que dificulta la possibilitat d'aixecar finançament per part dels projectes més comercials. El sector del cinema reclama des de fa temps al Govern de l'Estat una nova estructura legal que els faciliti la creació d'un nou model financer per al sector, però la **desfeta de les ajudes públiques** no s'ha vist compensada amb canvis legislatius substancials que facilitin la incorporació de diners privats al finançament de la cultura. També l'increment de l'IVA dels productes culturals, del 21%, està provocant un impacte negatiu en la **malmesa taquilla cinematogràfica**, i està generant un impuls a la pirateria en un país que registra uns percentatges líders entre els països occidentals. La difusió mitjançant sistemes no regulats està provocant un enorme perjudici al sector, perquè els creadors, productors i distribuïdors no veuen el retorn econòmic necessari per continuar la seva tasca.

_En aquesta situació de recursos escassos, cal donar prioritat als projectes segons la qualitat i la capacitat de recorregut internacional. Amb una distribució igualitària dels recursos correm el risc de perpetuar una atomització, i condemnar, finalment, les possibilitats del conjunt del sector. S'han de reformular els ajuts públics segons el nou panorama de **finestres d'explotació** –a hores d'ara estan pensats principalment per a l'explotació en sala–, evitar els retards en els pagaments dels ajuts públics, que comporten uns interessos molt elevats que encareixen el producte, i estudiar la instauració d'un sistema similar a l'existent a França, que desvia una part de la taquilla a ajuts a la producció cinematogràfica. A més, per reduir el risc que frena la inversió en productes culturals, s'ha d'intensificar la

tasca de preproducció dels projectes cinematogràfics. En aquest sentit, s'hauria de recuperar i millorar el model de suport públic a aquestes tasques que va liderar el Centre de Desenvolupament Audiovisual (CDA). També s'ha de treballar per millorar molt més el màrqueting i la publicitat, ja que es fa molt difícil competir amb les campanyes abassegadores de les grans distribuïdores americanes *majors*.

_TV3 ha tingut un paper important en el reconeixement i el creixement del cinema català. La situació actual requereix que la televisió pública catalana recuperi el lideratge com a motor per produir i difondre el nostre cinema.

_La distribució a Catalunya, també a Espanya, està dominada per les distribuïdores vinculades a les **grans distribuïdores americanes**. Aquest fet dificulta que la producció pròpia, obligada en molts casos a passar per distribuïdores locals independents, no aconsegueixi bones condicions d'exhibició. Aquestes distribuïdores també distribueixen cinema independent europeu i americà. Una petició del sector és que l'Administració catalana faci d'**intermediari entre el sector i les televisions, públiques i privades**, perquè aquestes donin cabuda als treballs independents. En el cas de TV3, ha de donar un tracte adequat a les distribuïdores independents i ha d'estudiar la possibilitat d'establir una quota per a aquest tipus de cinema. Avui les distribuïdores de cinema independent són l'única garantia perquè a les nostres sales de cinema o a altres plataformes de difusió es pugui consumir cinema amb un mínim de diversitat. Davant la tendència d'estandardització de l'oferta protagonitzada per les grans distribuïdores americanes, la riquesa cinematogràfica a Catalunya té a veure també amb aquesta part tan important de la cadena de valor. La innovació empresarial en **sistemes de distribució** ha de ser una de les prioritats del suport públic a la indústria audiovisual.

En conjunt, el mercat de la distribució està concentrat en 15 empreses, que han distribuït el 40% de les pel·lícules i han concentrat el 90% de la recaptació.



Cinema i audiovisual

_Des de l'expectativa de la distribució, **el públic en sala ha disminuït constantment** els darrers anys. Dels gairebé 24 milions d'espectadors que van rebre els cinemes catalans l'any 2007 s'ha passat a poc més de 20 milions l'any 2011. El format DVD ha patit una davallada encara més accentuada. Aquesta és una evidència clara que les pràctiques de consum en aquest sector han canviat radicalment i que el consum de productes audiovisuals –incloent-hi el cinema– es fa per altres vies, com poden ser les plataformes digitals, legals i il·legals.

_La digitalització redueix els costos de producció, però també obre **noves finestres de comercialització**, amb un potencial poc explotat en el qual ja estan treballant algunes empreses catalanes; amb tot, s'han d'intensificar esforços i recursos en aquest àmbit per poder donar sortida a la producció existent. En aquest sentit, **fer més flexibles els terminis de comercialització** en els diferents formats pot contribuir a optimitzar els recursos de promoció i millorar la difusió de les produccions cinematogràfiques. L'avenç en aquesta línia no ha de comportar necessàriament una pèrdua de control per part dels distribuïdors, sinó una millor adequació per adaptar-se a les noves tendències de la demanda. L'Administració pública ha de posar tots els recursos necessaris per regular el consum a Internet com a eina vàlida per lluitar contra la pirateria. En el dibuix de les polítiques culturals s'ha de tenir molt en compte la **distribució en línia**, i cal comptar amb els seus representants, que tradicionalment han estat oblidats des dels estaments culturals del país.

L'exhibició cinematogràfica s'ha adaptat, ja que des de l'any 2000 fins al 2010 s'ha reduït el nombre de cinemes un 21,1% i ha augmentat el nombre de pantalles en un percentatge similar, 22,1%. S'ha reduït el nombre de pel·lícules exhibides un 18,2% i també s'ha reduït el nombre d'espectadors un 31%. Per contra, la recaptació s'ha incrementat un 9,3%.

_La Filmoteca de Catalunya té una tasca primordial en la **recuperació del patrimoni filmic** del país. En aquest sentit, la nova seu amplia les possibilitats d'incrementar i millorar la cultura cinematogràfica de la societat.

_El **sector dels videojocs** ha estat considerat un sector emergent i amb grans potencialitats de creixement a Catalunya els últims anys. És cert que aquesta opció de lleure ha experimentat un creixement exponencial a tot el món gràcies al desenvolupament tecnològic de les diferents plataformes i que, per tant, és un mercat per explorar. Però, d'altra banda, hi ha alguns estudis que assenyalen que és un sector que també té uns límits de creixement pel fet d'estar afectat també per la pirateria i la crisi econòmica; en concret, l'Asociación Española de Distribuidores y de Editores de Software de Entretenimiento (aDeSe), ha publicat que a la indústria del videojoc durant el 2011 es detecta una reducció del 15% del volum econòmic del consum respecte del 2010.

Les empreses catalanes del videojoc es dediquen principalment a desenvolupar jocs de gran públic "casual games" per a mòbils, seguint la tendència global del sector. Anualment es produeixen uns 130 títols, el 40% per a mòbil i el 30% per a plataforma en línia.

Dades econòmiques del sector del videojoc a Catalunya.

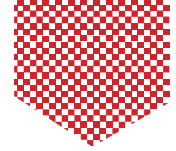
2009-2011

	2009	2011
Empreses	42	69
Treballadors	374	581
Facturació	10,9 milions d'euros	53,2 milions d'euros

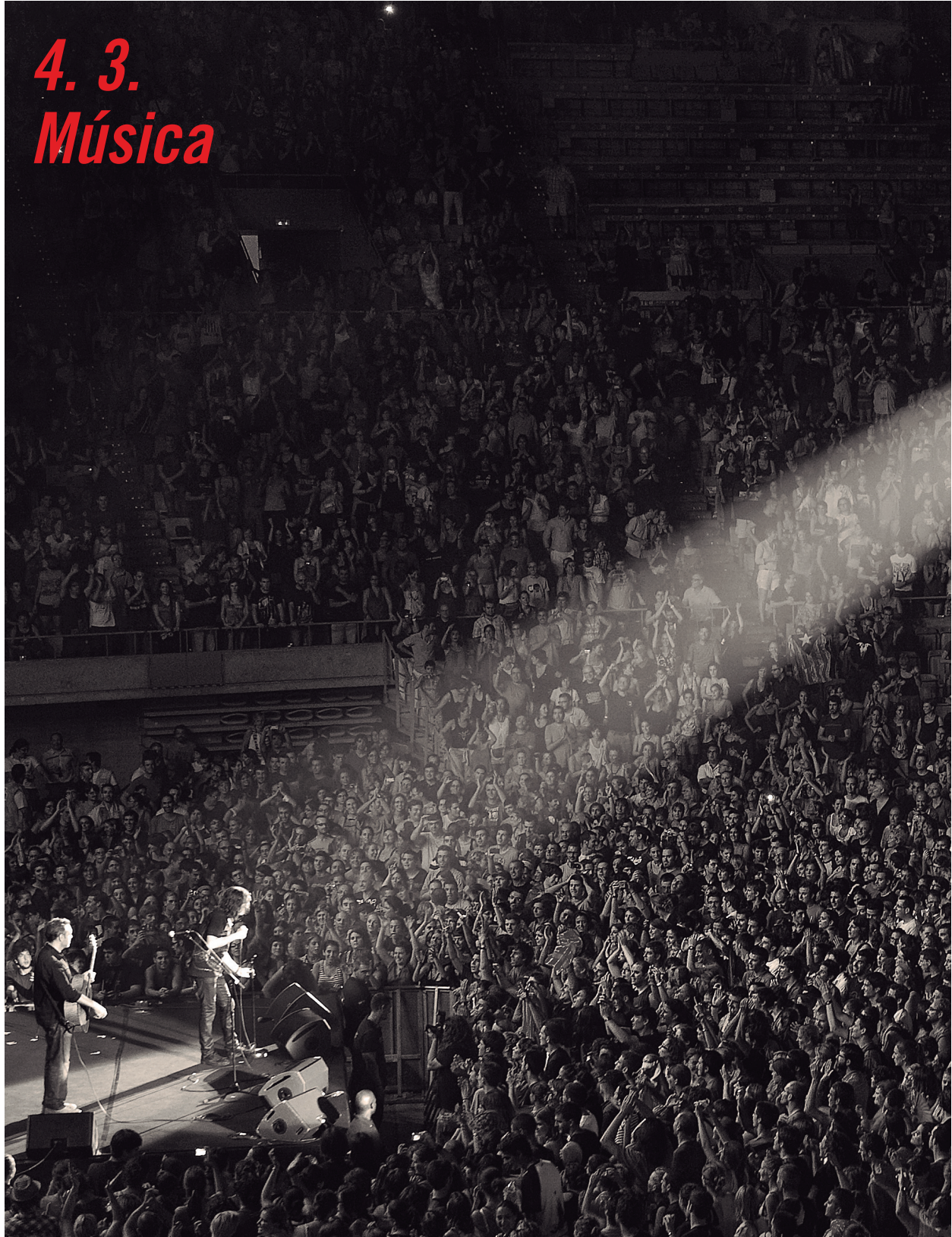


Cinema i audiovisual

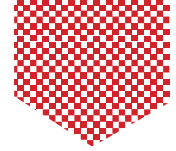
_A Catalunya, una de les apostes estratègiques per créixer com a referent en el sector ha estat l'arribada a Barcelona de la Fira Internacional del Videojoc i l'Oci Interactiu, Gamelab, fruit d'un acord entre els organitzadors de l'esdeveniment, la Generalitat, l'Ajuntament de Barcelona i la Fira de Barcelona, i amb un compromís de permanència fins al 2015. És l'esdeveniment de referència dels professionals i de les empreses del videojoc a Espanya i una de les fires més importants a Europa en aquest sector. En la vuitena edició, l'any 2012, la primera a Barcelona, ha reunit unes 160 empreses, s'han fet 1.100 reunions entre professionals i hi han assistit prop de 20.000 aficionats de videojocs.



4. 3.
Música



© Ferran Sendra



_El sector de la música és plural i complex. Per començar s'ha de diferenciar entre música enregistrada i música en viu, i dintre d'aquestes categories existeixen diferents **gèneres i tipologies** que poc tenen a veure els uns amb els altres i que amb un exercici extrem de simplificació es poden reduir a dos: música clàssica i música popular.

_El **sector de la música enregistrada** va ser el primer que va patir la **crisi digital**. A hores d'ara, els operadors discogràfics encara no han trobat quin serà el nou model de negoci i el daltabaix per a aquestes empreses ha estat enorme en no gaire temps. Tot i el desconcert de la indústria discogràfica, situació que no és exclusiva de les empreses catalanes, hi ha noves plataformes que han aprofitat la digitalització per definir nous models de negoci virtual, generalment vinculats a la **intermediació de nous grups**, gràcies a la reducció de costos en l'accés als mercats i en els processos de difusió.

_Des del 2008, la **música en viu** ha vist créixer el percentatge de població que assisteix a concerts, però el darrer any, el 2012, s'evidencia que en els concerts gratuïts s'ha incrementat de manera important el nombre de públic –un 21%–, en detriment dels concerts de pagament, que han caigut el 12%.

_L'alt nivell creatiu i la gran qualitat en la interpretació aconseguits pel sector musical català són deguts a un **sistema d'ensenyament**, únic a tot l'Estat espanyol, que inclou escoles privades i públiques, els conservatoris de grau mitjà repartits per tot el territori i les escoles superiors –Escola Super-

rior de Música de Catalunya (ESMUC), Conservatori del Liceu i Taller de Músics. La gran assignatura pendent és la potenciació de la **pràctica musical a les escoles** com a eina per desenvolupar al màxim les capacitats de l'alumne.

_El 91,9% de la població catalana declara que escolta música habitualment i el 55% declara que ho fa diàriament.

_Aquesta gran acceptació entre la ciutadania és deguda al fet que la música envaeix tots els aspectes de la nostra vida: un 50,3% de la música escoltada procedeix de la ràdio; per contra, només el 12,5% procedeix de la compra feta en una botiga, i un 21,3% s'escolta a través d'Internet.

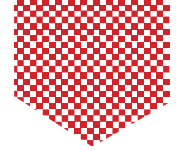
_El 31,1% dels catalans han assistit com a mínim a un concert els darrers dotze mesos i, el 60% d'aquests han assistit a un concert de pagament.

_El sector amateur és ampli i amb un alt nivell d'implicació, la música tradicional i les bandes de música tenen una vitalitat envejable, i en l'àmbit del cant coral s'ha viscut un rejuveniment dels directors i s'ha mantingut el nombre de persones que hi participen.

_La indústria discogràfica catalana va iniciar el 2010 una recuperació gràcies a l'increment de facturació que ha arribat als 16,3 milions d'euros el 2011, xifra que suposa un increment del 5,1%. També ha establert un nou rècord històric en el volum d'edicions en llengua catalana, amb 605 referències de tots els estils. Un comportament positiu que no es correspon amb el descens de vendes en un 10,8% del conjunt del sector discogràfic a nivell espanyol.

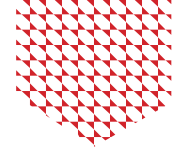
_Durant l'any 2011 a Catalunya es van programar 16.533 concerts de música popular i 1.865 de música clàssica. Gairebé 4,5 milions de persones van assistir a un concert de música popular i 680.000, a un de música clàssica. Conjuntament, ambdós estils musicals van recaptar més de 37,5 milions d'euros, amb una lleugera davallada respecte a la recaptació de l'any precedent (un 7,3% menys), més accentuada en el cas de la música popular.

_L'**alfabetització musical** del conjunt de la població és una condició *sine qua non* per ampliar el reconeixement i el prestigi social de la música, així com per assolir uns nivells bàsics de consum, gaudi i pràctica musical que en millorin també el consum posterior. S'ha d'establir



una relació adequada entre els centres d'educació general i les escoles de música, municipals i privades, per aconseguir que la música tingui una representació digna en l'educació obligatòria. Només incrementant el coneixement i la sensibilitat de la població s'aconseguirà normalitzar un repertori contemporani en sentit ampli –des de les avantguardes del primer terç del segle XX fins avui–, que a penes apareix en moltes de les programacions estables del país. Manca una via d'interlocució estable per promocionar projectes d'alfabetització als centres escolars i per **afavorir l'homogeneïtzació de la regulació de les escoles de música** que eviti la discrecionalitat dels municipis, i cal concebre una guia o model pedagògic per a la formació musical de base al sistema escolar reglat.

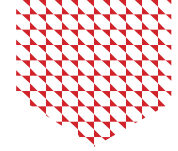
_Un problema de base és la consideració de la música com a oci i no com a cultura o, per a alguns que van encara més lluny, com una activitat sorollosa o fins i tot perillosa, que pot ser denunciada pels veïns. Potser per això s'han de racionalitzar les normatives i la pluralitat de gestions administratives en benefici de tots, i garantir la seguretat per al ciutadà i, a la vegada, el manteniment de la qualitat musical. El Departament de Cultura ha de participar en la redacció de les normatives de seguretat d'aquest sector, impulsades pel Departament d'Interior, per defensar la peculiaritat de l'activitat musical i impulsar la millora de les condicions en l'exhibició de la música en directe.



Arts escèniques



La Veronal. Arxiu Fira Tàrrrega © Jesús Vilamajó



Arts escèniques

_El sector de les arts escèniques passa per moments difícils: un sector que compta amb més de dues-centes companyies professionals de teatre, dansa i circ, i gairebé 150 sales amb programació estable, de les quals només una quarta part són empreses privades, amb festivals reconeguts i nombroses iniciatives arreu del país; **un sector arrelat i de gran tradició a Catalunya**, que pateix els efectes d'un context de crisi que en dificulta la sostenibilitat i el desenvolupament.

_Venim d'uns anys en els quals s'ha reiterat que les arts escèniques catalanes passaven un bon moment. La construcció de nous equipaments, l'aposta per la programació cultural a molts ajuntaments, la resistència a la davallada de públic durant els primers anys de crisi, l'èxit d'algunes produccions, el reconeixement internacional del talent dels nostres creadors, etc., dibuixaven un sector que, amb algunes mancances, caminava cap al creixement i la millora constant. Però el context actual ha fet que alguns dels riscos que ja es detectaven els darrers dos anys s'hagin començat a concretar.

_L'activitat de les companyies ha mostrat, durant l'última dècada, una estabilitat important, amb una lleugera tendència de creixement, i va arribar a les 18.597 representacions l'any 2010. Ara bé, tot i no disposar de dades actualitzades, **el sector apunta cap a una reducció important** d'aquesta activitat, vinculada, sobretot, al gran descens de la contractació per part dels teatres públics del país. Les sales privades són les que estan actuant com a garants del manteniment d'una oferta escènica que, tot i l'esforç, es va reduint mes a mes, i posa en dubte la viabilitat de les companyies.

_Aquesta reducció de contractacions afecta totes les companyies en general però, sobretot, dificulta la diversitat i la riquesa de l'oferta al país. Els llenguatges emergents i expressions com la dansa o el circ, amb un mercat menor que el del teatre de text, estan patint

de manera accentuada aquesta realitat. En certa mesura, es pot afirmar que la **diversitat en la programació** havia anat creixent gràcies, sobretot, a diferents iniciatives públiques. Avui la realitat és una altra. Per això cal que l'aposta es basi en la qualitat i la **configuració d'un sistema escènic** de país, i que no es basi en la rèplica a cada municipi sinó en circuits més flexibles i amb un discurs artístic propi.

_La necessitat de mantenir actius els circuits d'arts escèniques, d'apostar per la creació, amb ajuts plurianuals, de desenvolupar un Estatut de l'artista i de millorar la inserció laboral dels estudiants de l'Institut del Teatre, són reclamacions que el sector repeteix i sobre les quals encara no s'han donat solucions adequades. Unes reclamacions que si bé són històriques avui són urgents: amb la crisi econòmica i la reducció de la despesa pública, la situació de bona part del sector creatiu de les arts escèniques ha empitjorat.

_La creativitat no està en crisi. A Catalunya hi continua havent molts bons autors teatrals, coreògrafs i creadors de diferents llenguatges en l'àmbit de les arts escèniques. En un moment de reducció de recursos en la programació escènica i en el suport públic, els llenguatges escènics emergents i expressions més minoritàries, com la dansa i el circ, són els que estan patint més accentuadament la situació. La riquesa expressiva de les arts escèniques catalanes s'ha de preservar i s'ha d'apostar per la **diversitat de llenguatges i formats**. En aquest sentit, hem de destacar el paper que s'està fent des de les sales independents, que és important preservar. En aquest moment el retard en el pagament de les administracions i l'increment de l'IVA esgoten la capacitat de supervivència.

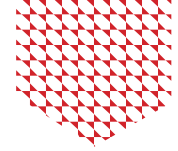
Actuacions destacades l'any 2012:

_S'ha inaugurat el nou espai escènic El Canal, vinculat al Centre d'Arts Escèniques de Salt/Girona.

_El Graner és un nou referent en la creació de la dansa contemporània.

_Primer any sencer d'activitat de la Central del Circ a la seu definitiva al Fòrum de Barcelona.

_S'han remodelat les instal·lacions de l'Ateneu Popular de Nou Barris.



Arts escèniques

_Tota aquesta capacitat creativa necessita circuits on pugui ser exhibida, i els circuits a Catalunya són massa dèbils. En aquests moments, l'aprovació del Pla Integral del Circ PIC, just abans d'acabar el 2012, és rebuda pel sector com una mesura de reconeixement i una eina per estructurar un circuit d'exhibició intern. A hores d'ara el sector té una projecció artística majoritàriament fora de Catalunya. En el cas de la dansa, la consolidació del públic és el gran repte; el Mercat de les Flors hi ha tingut un paper important, que s'hauria de consolidar amb una més àmplia tasca educativa que garanteixi una alfabetització del llenguatge de la dansa.

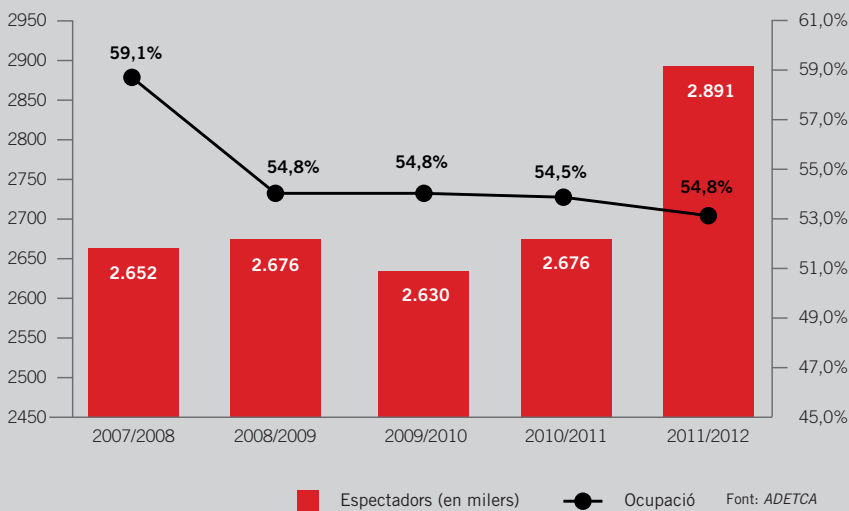
d'espectadors i del taquillaatge. L'efecte de l'augment de l'IVA està posant a prova la capacitat de resistència, que minva perillosament.

_Els principals equipaments d'arts escèniques estan patint situacions molt greus pel que fa al finançament, fet que dificulta el paper de lideratge i motor sectorial al país. El Teatre Nacional de Catalunya (TNC) ha comptat amb un pressupost d'11,7 milions d'euros l'any 2012, que representa un 32% menys del que tenia l'any 2007, i ja han aparegut notícies sobre **tancament de sales**, la reducció d'activitat i la possibilitat d'aplicar un expedient de regulació d'ocupació (ERO).

El Teatre Lliure va haver d'anul·lar dos espectacles programats el 2012 i ha anunciat un ERO per al 2013. Al Mercat de les Flors la reducció del pressupost del 2012 respecte al del 2011 ha estat del 20%. En aquestes condicions, es fa difícil preservar l'exigència cap a aquestes institucions en relació amb l'excel·lència i a la seva funció social i estructuradora del sector. Està arribant el moment en què si no es recuperen els llindars de finançament, caldrà proposar una reestructuració global del sistema. Les retallades s'han aplicat en primer lloc a la programació, ajustant despeses i reduint les contractacions internacionals.

L'obertura, els últims anys, de nous espais escènics ha fet augmentar l'oferta teatral de la ciutat de Barcelona. Les dades més actualitzades mostren que la temporada 2011/2012 el nombre de funcions ofertes ha crescut un 8% en relació amb l'anterior; els espectadors i les recaptacions també han crescut, un 8%, mentre que l'ocupació ha caigut un 1,3%, i se situa en el 53,77%.

Evolució dels espectadors i de l'ocupació dels teatres de Barcelona. Temporades 2007/2008 - 2011/2012



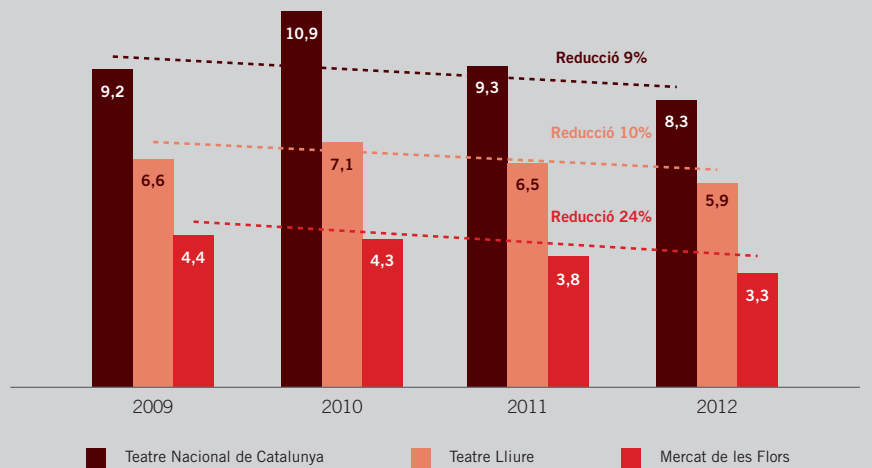
_És un sector que ha pogut resistir els efectes de la crisi econòmica durant els últims anys i registrar, fins i tot, **increments de públic**. Però els últims mesos del 2012 aquesta capacitat de resistència s'ha exhaurit. Les últimes informacions facilitades pel sector assenyalen un descens molt accelerat del 30% del nombre

La segona mesura ha estat el **tancament parcial de les infraestructures**, alhora que s'inicien negociacions per reduir plantilles i condicions laborals. En aquest moment, però, l'equilibri entre unes estructures tancades parcialment, amb costos de manteniment que superen

el 50%, una contenció dels continguts i l'anul·lació de compromisos **d'intercanvi internacional i de circuits territorials**, afectarà finalment la sostenibilitat del sistema i de totes les institucions.

_Són moments difícils per al sector de les arts escèniques. A alguns dèficits històrics cal sumar-hi les dificultats derivades de decisions polítiques, com ara l'augment de l'IVA o la reducció dels pressupostos destinats a l'exhibició. La tradició escènica i el talent dels creadors catalans són un fonament bàsic per donar resposta a aquesta situació, però calen **fórmules noves, imaginatives i compromisos fermes** perquè aquestes respostes siguin efectives. En aquest sentit, és urgent afavorir la coordinació institucional per reforçar els projectes existents, consolidar-los i dotar-los de recursos adequats.

Evolució de les aportacions públiques al Teatre Nacional de Catalunya, Teatre Lliure i Mercat de les Flors. 2009-2012 (en milions d'euros).

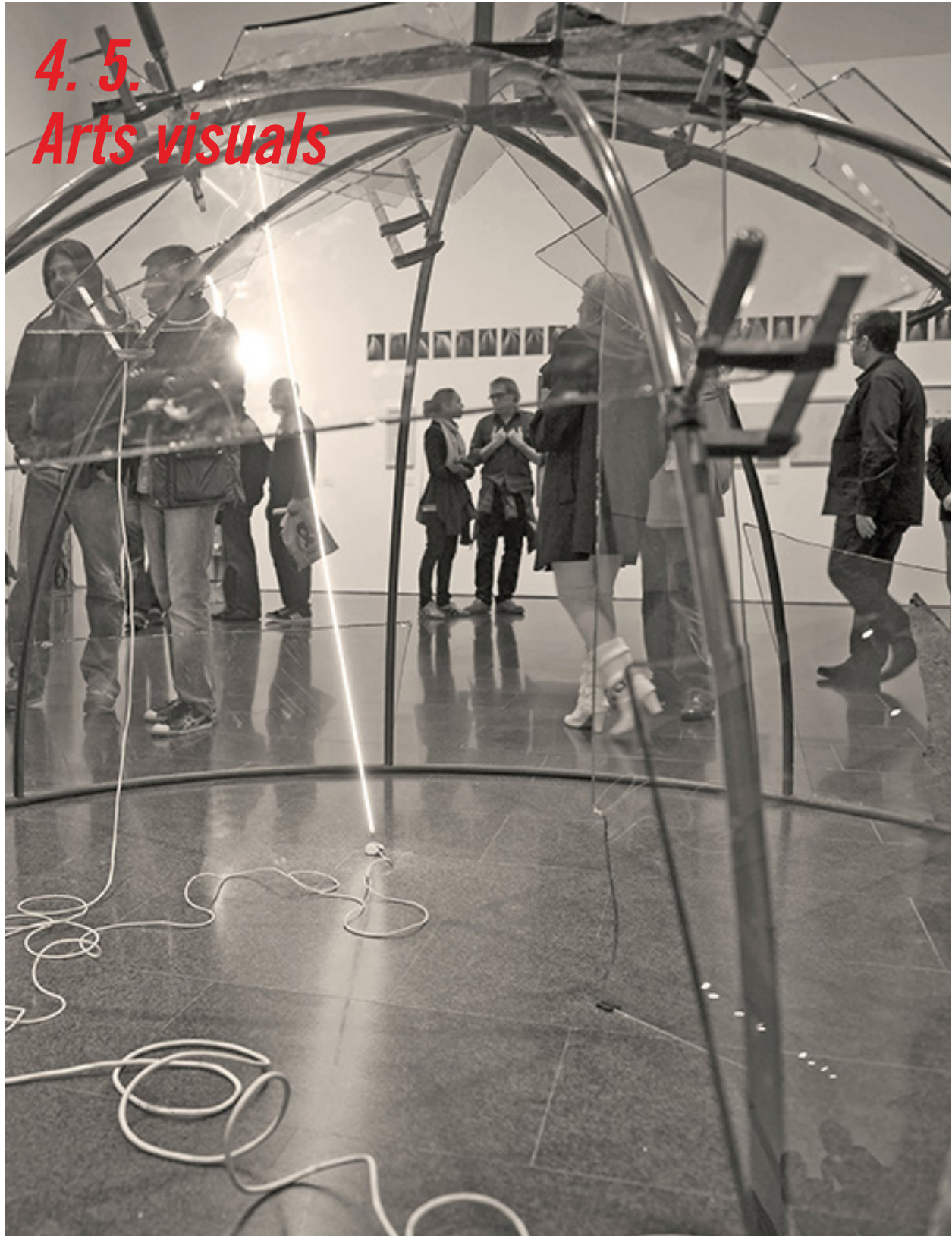
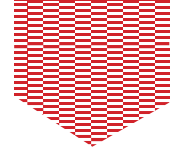


Font: TNC, Teatre Lliure i Mercat de les Flors

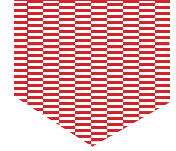
En l'àmbit dels festivals d'arts escèniques, l'edició de l'any 2012 del Festival Temporada Alta ha mantingut un alt grau d'ocupació, de fins al 90%. Atès que finalitzava el projecte Escena Catalana Transfronterera, el pressupost s'ha reduït un 30% i això ha provocat que es possessin a la venda també un 30% menys de localitats. Tot i això, és remarcable la consolidació com a mercat professional amb activitats com ara la Setmana dels Programadors, a la qual han participat 72 professionals de fora de Catalunya.

També la vessant professional ha estat important per a la Fira de Tàrraga, que va comptar amb 58 expositors a la Llotja, tot i que també s'ha ressentit d'una reducció de visitants.

Aquesta tendència afecta també la resta de fires, com la d'Igualada i Manresa. Més enllà del que representen com a espai de difusió, el valor d'aquestes fires és el seu paper com a plataformes de connexió internacional.



© David Campos / MACBA



Arts visuals

_A Catalunya mai no s'ha acabat d'estructurar un **sistema d'arts visuals** que ordenés i equilibrés les relacions entre museus, centres d'art, artistes, galeries i crítics. Manca una política pública amb prioritats clares i voluntat de continuïtat, amb una visió global del sector, capaç de definir un marc de relació entre el sector públic i el privat, i de gestionar uns recursos escassos.

_Durant les últimes dècades tot l'esforç públic s'ha concentrat en la creació i construcció de **grans equipaments de referència**, els quals han descuidat la funció de vertebració **territorial i sectorial**, davant la indefinició de polítiques en aquest àmbit. Aquesta descoordinació s'ha donat també entre les polítiques de suport a la producció i a la difusió, ja que els ajuts públics a la producció de treballs artístics no han tingut presents les directrius dels programadors institucionals o privats, el cas de les galeries, o s'han portat a terme sense considerar les possibilitats de coproducció o de disposar de circuits de difusió.

_Tampoc no s'ha aconseguit acordar una **política patrimonial** que fomentés el col·leccionisme, ni en l'àmbit públic ni en el privat. És manifesta la carència d'una política d'adquisicions que vertebrí un únic fons d'art públic i que ordeni, conservi, comparteixi i difongui el patrimoni públic distribuït entre les diferents institucions. En la majoria de països, la construcció d'un fons d'art públic constitueix una política de suport directe a les galeries i al teixit artístic, alhora que és el principal instrument per crear un fons patrimonial. En el nostre cas, ni el Govern ni les institucions museístiques o els centres d'art públics tenen una partida predeterminada amb aquest objectiu.

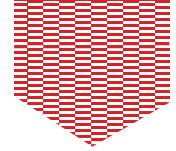
_Les **galeries**, al marge de les dificultats per vertebrar-se de manera eficaç entre si, són una de les víctimes de l'absència d'un sistema de l'art català. També les perjudica el poc reconeixement del seu paper com a agent cultural i la manca d'un col·leccionisme tradicionalment fort. Tot plegat dificulta que es puguin desenvolupar com a vehicle de promoció dels artistes catalans, tant al mercat interior com a l'escena internacional. Caldria revisar el paper que poden tenir les

galeries com un dels pilars de consolidació de les polítiques d'arts visuals.

_La desatenció continuada de l'aplicació de l'1% cultural cap a la creació artística contemporània i la **manca de comanda d'art públic**, malgrat la normativa existent, ha impossibilitat que aquest sigui un espai complementari de creixement i de consolidació del sector.

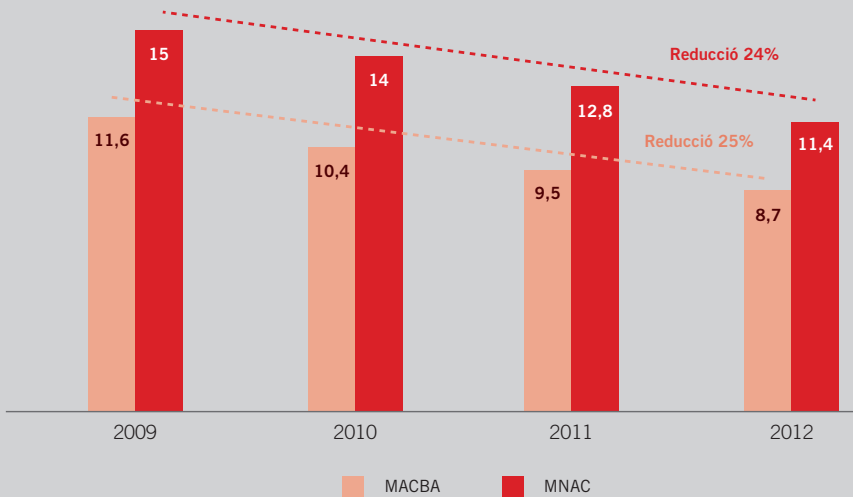
_S'han reduït pràcticament un 30% els recursos destinats als centres nacionals i d'interès nacional, com el Museu Nacional d'Art de Catalunya (MNAC) i el Museu d'Art Contemporani de Barcelona (MACBA). Pel que fa al MNAC, un cop finalitzades les obres de remodelació del Palau Nacional l'any 2006, havia emprès la tasca de reestructurar la gestió interna, d'obrir les línies de col·laboració i de vertebrar les xarxes amb els museus i centres territorials a fi de crear un espai patrimonial compartit i multiplicar les possibilitats de difusió. Malgrat els esforços recents de la direcció, la manca de recursos dificulta aquest impuls vertebrador i multiplicador. En relació amb el MACBA, s'han aturat les possibilitats d'expansió d'un **museu d'art contemporani** que havia aconseguit situar-se amb èxit en les esferes internacionals, si bé tenia pendent encara la tasca de vertebrar i impulsar les iniciatives sorgides en els diferents centres i espais d'art que s'han creat en diverses ciutats del país.

_També han entrat en crisi els espais independents i les iniciatives privades sense ànim de lucre regits per associacions o fundacions que operen a poblacions mitjanes o petites d'arreu de Catalunya. Aquests espais i centres d'art, que depenen majoritàriament dels ajuntaments i dels ajuts públics a les programacions d'arts visuals, han patit aquests dos darrers anys una desvinculació creixent del suport del Govern de la Generalitat. A això s'hi afegeixen les dificultats finances de la major part d'ajuntaments, i en alguns casos, com a resultat d'un canvi de prioritats polítiques, ha perdut presència l'art contemporani. Aquesta suma de factors ha anat reduint les capacitats de supervivència d'aquests centres, creats sota acords institucionals, fins a tocar de mort iniciatives que no havien tingut el



Arts visuals

Evolució de les aportacions públiques al MNAC i al MACBA.
2009-2012 (en milions d'euros)



temps d'arrelar ni de consolidar-se. **El retard en els pagaments dels ajuts** per part de la Generalitat i l'asfíxia financera dels ajuntaments són un llast per als centres que avui encara poden mantenir l'activitat.

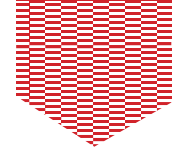
L'any 2012, el Departament de Cultura ha destinat un pressupost de 1.080.000 euros als vuit centres que conformaven la Xarxa d'Arts Visuals de Catalunya. Aquests imports han patit, i pateixen, els mateixos retards en els pagaments que la resta de subvencions atorgades pel Departament de Cultural al llarg del 2012. A més, en alguns casos, existeixen ajornaments en els pagaments d'anys anteriors: dos dels centres encara no havien rebut part de l'ajut del 2010 del Departament de Cultura per un import conjunt de 106.000 euros, i cinc centres estan pendents de percebre un import global de 650.000 euros dels ajuts del 2011 (dades del final de desembre del 2012).

En poc temps, **han desaparegut espais privats** com la Fundació Espais de Girona i la seva revista Papers d'Art –un dels pocs mitjans dedicats a la crítica i teoria de l'art contemporani–, així com l'Espai Zero1 d'Olot, aquest darrer per decisió política municipal. També han entrat en crisi els centres d'art integrats a la Xarxa d'Arts Visuals de Catalunya, pels motius esmentats més amunt però, bàsicament, per l'ofec pressupostari dels ens locals, sumat a la demora sine die dels pagaments dels ajuts de la Generalitat i a un canvi polític

de prioritats culturals en alguns municipis. En aquestes circumstàncies, el model de gestió d'alguns centres, basat en concurs d'empresa més direcció artística, és el que es veu més afectat, amb la rescissió o la no-renovació de contractes. El Centre d'Arts Visuals d'Ampostà, "Lo pati", un cop inaugurat l'edifici, no ha pogut donar continuïtat a les seves activitats; el Centre d'Art de Tarragona, nascut amb precarietat, acusa la problemàtica del model de gestió; el Centre d'Arts Contemporànies de Vic (ACVic) ha vist aturat el procés del concurs públic de la seva di-

recció; el Bòlit de Girona està en fase de redefinició i canvi de direcció sense concurs, tot i la concessió del projecte del nou edifici, i Can Xalant de Mataró ha tancat portes com a centre de creació i producció després de sis anys d'activitat. Finalment, la previsió de convertir el Canòdrom en el Centre d'Art de Barcelona s'ha vist truncada per decisió política a les portes de la fase final de la inversió econòmica realitzada per rehabilitar l'edifici. Cal esperar que la proposta de traslladar les funcions que havia de fer aquest centre d'art a l'antiga fàbrica Fabra i Coats s'acabi consolidant, si bé ha començat a caminar sense projecte ni direcció, i des d'una indeterminació que es voldria que fos transitòria.

Manca una política fiscal raonable que afavoreixi **el col·leccionisme. Els incentius fiscals per al mecenatge són molt baixos**, i el nostre país no té una gran tradició ciutadana d'adquisició d'obres d'art, tret d'algunes excepcions. D'altra banda, l'increment de l'IVA perju-



Arts visuals

dica també aquesta activitat, atès que avui qual-sevol obra és més cara al nostre país que als països veïns de l'entorn. Això pot fins i tot posar en perill l'activitat econòmica de fires que havien consolidat la trajectòria com Loop, dedicada al vídeo, Swab, que opta per l'art emergent i Ars Libris, de llibres d'artista. Una bona política fiscal ajudaria a la continuïtat i la consolidació de festivals com Scan, dedicada a la fotografia emergent i que es du a terme a Tarragona com a alternativa a la Primavera Fotogràfica, si bé no assoleix la popularitat ni la participació d'aquell certamen.

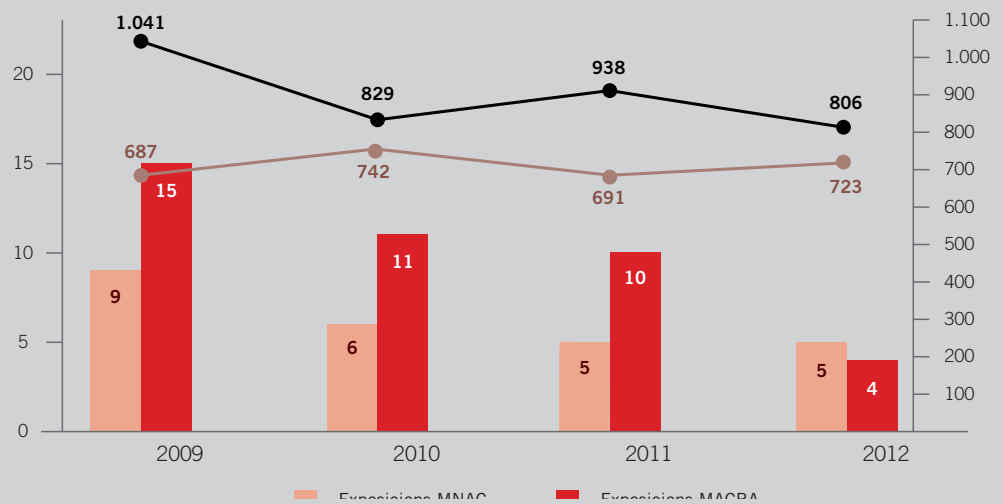
Cal potenciar programes d'**alfabetització** en l'àmbit escolar per incidir en la formació de públics. D'altra banda, és indispensable connectar els diferents agents que intervenen en les arts visuals –crítics, galeristes, universitaris, investigadors, curadors, mitjans de comunicació, artistes, etc.– per **interconnectar la massa crítica** existent al sector, incrementar el nivell de coneixement i **millorar la comprensió de l'art contemporani** en els diferents estaments de la societat. Calen plataformes que compleixin el rol d'intercanvi de continguts i impulsin els contactes entre professionals de l'art d'arreu, fet que ja existeix en les arts escèniques. Així mateix, el sistema de l'art no és complet sense revistes especialitzades que serveixin de tribunes o publicacions específiques d'art per part de les editorials. A Catalunya no hi ha col·leccions de llibres dedicats a l'estudi de l'art, ja que la majoria de les editorials que alimenten el discurs artístic a l'àmbit universitari es troben a Madrid. La crisi dels museus i dels centres d'art ha impactat en la reducció de les edicions de catàlegs; a la premsa, els periodistes han substituït l'opinió formada dels crítics i, a la televisió, les arts

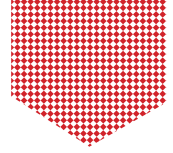
visuals no tenen presència més enllà de la inauguració de torn. Cal consolidar la presència d'artistes i la veu de crítics als mitjans de comunicació públics i, sobretot, **incidir en l'àmbit escolar**, a fi de formar el públic i millorar la difícil visibilitat de l'art contemporani en la societat.

La crisi ha deixat sectors professionals molt tocats, com és el cas dels arquitectes, una professió fins ara molt autònoma i liberal, que pateix la manca d'inversió en el sector públic i també en el privat, així com la globalització, la febre legisladora i l'adaptació a una nova mirada energètica en la construcció, una professió que haurà de reinventar el seu futur, crear més compromís social, mediambiental i econòmic, adaptant-se a les tendències de futur de les noves generacions per ser més competitiva. Així mateix, la creació en l'àmbit del disseny ha estat un segell important a Catalunya, que no ha arrelat suficientment en el sector empresarial, un fet ara agreujat per la crisi i un àmbit en què una major inversió en recerca i en I+D és del tot necessària.

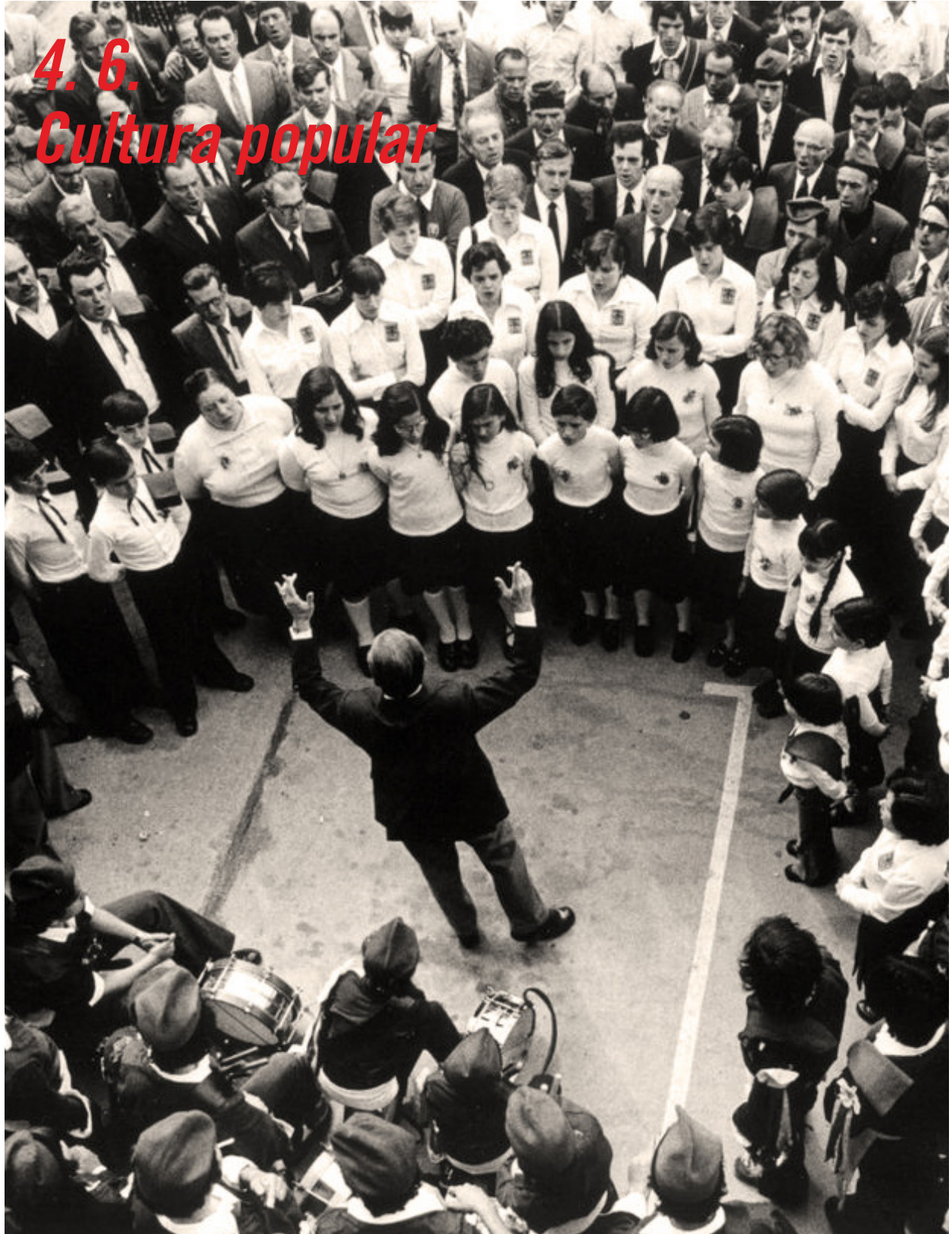
Evolució de les exposicions i les visites al MNAC i al MACBA.

2009-2012





Cultura popular



© Miquel Alba i Martí / 1r Concurs Biennal de Fotografia Popular, 2000, Federació Catalana de Fotografia



Cultura popular

_La recuperació i la preservació de la tradició cultural mitjançant la transmissió de l'experiència ha constituït, des de sempre, una de les fortaleses més grans de la nostra identitat com a país. L'associacionisme ha esdevingut el motor principal i l'eina fonamental per fer-ho possible. En un món globalitzat com l'actual, on la digitalització s'imposa en tots els sectors, cal fomentar i impulsar l'associacionisme per poder garantir la solidesa cultural del context més proper, però amb una clara visió de projecció al món.

La glocalització avui també és un repte per al món associatiu, per poder contrarestar la uniformitat que sol provocar la difuminació de la identitat local en un món global.

_Un dels trets diferencials de la cultura popular i tradicional és que les **persones que dissenyen i implementen els projectes són majoritàriament amateurs**, i només un 20% es poden considerar professionalitzades.

_Tot i la poca professionalització d'aquest sector, per raons diverses, l'evolució d'altres a la Seguretat Social ha estat considerable els darrers temps. Una de les associacions que gestionen la contractació de músics de cobles, havaneres, grallers i altres activitats festives han comptabilitzat un increment del 41% en el volum de contractacions entre l'any 2009 i el 2011, que han passat de les 1.788 a les 2.525, respectivament.

_Potenciar les associacions culturals és afavorir un **espai d'educació cultural** riquíssim que genera usuaris de propostes culturals que, en definitiva, garanteixen l'existència d'un públic amb capacitat de fer un *consum cultural* amb criteri. A més, la cultura popular i tradicional repercuteix, de manera transversal, en totes les àrees artístiques i musicals, des de la recerca i dinamització del patrimoni, entès en sentit ampli, fins a la creació i les arts escèniques.

Exemples de l'impacte en la població de l'àmplia activitat cultural de les associacions de cultura popular i tradicional:

_A Catalunya hi ha censats 3.500 gegants i gegantes, 15.000 nans i 1.000 figures de bestiar, i els fan ballar 950 entitats.

_L'any 2010, la UNESCO va declarar Patrimoni Cultural Immaterial de la Humanitat els castells. Les 66 colles castelleres són un dels àmbits més dinàmics, que el 2012 han aconseguit enlairar més de 9.300 castells, en un miler d'actuacions.

_Durant l'any 2012, els 280 grups associats a la Federació de Grups Amateurs de Teatre de Catalunya han realitzat 2.240 actuacions, sense incloure les representacions d'Els pastorets i de La passió, amb un públic de 239.680 persones.

_Els tres mesos de l'estiu del 2012, més de 3.000 grups (geganters, castellers, corals, bastoners, diables i bestiar de foc, bandes de música, cobles, etc.) han aconseguit mobilitzar i implicar en activitats festives més de 3 milions de persones.

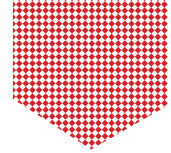
_Per la Federació Sardanista de Catalunya, l'any 2012 ha estat un dels més actius, ja que han vinculat 325.200 persones amb més de 2.802 activitats realitzades.

_Les bandes de música, la majoria ubicades a les Terres de l'Ebre, han fet només durant l'estiu del 2012 més de 240 concerts, i han mobilitzat 40 formacions integrades per 1.600 músics, tots ells amateurs i amb un ventall amplíssim d'edats, des dels 10 fins als 70 anys.

_El moviment coral, amb un miler de cors repartit arreu del país, és un altre actiu de la nostra cultura popular i tradicional, i en destaquen activitats com els festivals de Cantonigròs, Puig-Reig i Castellbell i el Vilar, i les Jornades Internacionals de Cant Coral de Barcelona.

_La xarxa de centres d'estudis locals i comarcals i la xarxa d'antenes de l'Observatori del Patrimoni Etnològic, han dut a terme durant el darrer estiu 403 activitats i han presentat 35 publicacions –21 revistes, 11 monografies i 3 miscel·lànies.

A Catalunya hi ha més de 9.000 associacions de cultura popular, 3.000 de federades, distribuïdes per tot el territori, amb més de 400.000 persones associades i implicades directament en el seu desenvolupament.

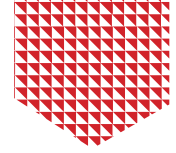


Cultura popular

_La cultura popular i tradicional és un element fonamental per a la **cohesió social, a més de la tasca que fan amb la integració dels nousvinguts**, i és un dels instruments més valuosos per **transmetre valors intergeneracionals**, per a la convivència social i per crear i reforçar els trets de la nostra identitat.

_La **repercussió econòmica**, moltes vegades enunciada però poc quantificada, s'ha fet evident a partir de dos estudis que mesuren l'impacte econòmic de dues manifestacions festives com són l'Aquelarre de Cervera i les Falles d'Isil (Alt Àneu). A tall d'exemple, en l'edició del 2012, l'impacte econòmic directe de l'Aquelarre de Cervera a tota la zona d'influència ha estat de 761.338 euros i l'impacte induït -el no atribuïble directament a l'activitat-, ha estat de 228.934 euros (les despeses d'organització de la festa són de 70.978 euros). Aquests imports multipliquen gairebé per 6 les aportacions que hi fan les institucions públiques i representen un 0,13% del PIB anual de la comarca. En el cas de les Falles d'Isil, les despeses d'organització han estat de 14.150 euros, mentre que l'impacte total a la zona d'influència és de 367.535 euros. Aquesta activitat genera un impacte econòmic del 0,6% del PIB anual de les Valls d'Àneu en una sola nit.

_També és important la **dimensió internacional del sector**. Algunes de les manifestacions amb una projecció més consolidada fora de casa nostra són la Fira Mediterrània, on un 10,2% dels gairebé 1.000 participants procedien d'altres països i un 11,5%, del conjunt d'Espanya. A més, són nombrosos els contactes i els intercanvis entre agrupacions catalanes i de la resta del món, principalment europees, i la participació de grups estrangers a casa nostra i, a l'inrevés, grups nostres que participen en activitats a l'estranger, s'intensifica any rere any. A tall d'exemple, el web de la Fira Mediterrània ha rebut en el mes de celebració 19.083 visites de 72 països.



*4. 7.
Patrimoni*

© Josep Casanova / Museu d'Arqueologia de Catalunya



Patrimoni

_El patrimoni cultural català és una de les **principals riqueses del nostre país**, ja que ens permet conèixer la nostra història, les nostres tradicions i les creacions dels qui ens van precedir. És, per tant, una de les nostres principals **fonts d'identitat**, una aportació que fa Catalunya a la diversitat cultural mundial i, també, una oportunitat de generació de riquesa econòmica. El patrimoni moble, el documental, l'arquitectònic, l'arqueològic i l'etnològic, ens aproximen al nostre passat i ens permeten **entendre la contemporaneïtat**. Són, per tant, matèria de política pública, amb la necessària complicitat privada, i de responsabilitat col·lectiva enfront de generacions futures.

_El patrimoni és una **font de coneixement**, un espai permanent per a la recerca i objecte de l'educació, però també és una font de dinamització territorial i econòmica. La riquesa patrimonial d'un país és inesgotable i, en el cas de Catalunya, l'àrea institucional de patrimoni és una de les més ben dotades econòmicament, i alhora, segurament, la que té més intervenció privada i capta més recursos de mecenatge.

_La gestió patrimonial és complexa, ja que, a l'elevat nombre de béns patrimonials existents, s'hi afegeix la diversitat de situacions que n'afecten la titularitat, fet que dificulta la capacitat del Govern de la Generalitat de prioritzar les actuacions segons la rellevància històrica i artística, i d'establir un marc clar de col·laboració tant pel que fa a les aportacions públiques i privades necessàries, com al compromís futur que asseguri el manteniment i la conservació correctes dels béns.

_En l'àmbit del patrimoni moble, amb l'aprovació del **Pla de Museus** de 2007, el Departament de Cultura va optar per la creació d'una **nova vertebració museística** dins la Llei 17/1990, de museus, tenint com a eixos principals el treball en xarxa, l'aplicació de noves tecnologies i el des-

plegament d'una nova política de subvencions. Sense perdre alguns elements d'aquell Pla, el Departament de Cultura ha presentat durant el 2012 les bases del nou Pla de Museus de Catalunya. El Pla ordena tots els museus en quatre grans àmbits: història de l'art, contemporaneïtat, ciències naturals i història de la societat, estructurats entorn de quatre museus de capçalera -el MNAC, el MACBA, el Museu Nacional de Ciències Naturals, i un quart centre format a partir del Museu d'Història de Catalunya, el Museu d'Arqueologia, el Museu d'Etnologia i el Museu de la Ciència i la Tècnica-.

_Els museus nacionals continuen sent la **columna vertebral** i els referents nacionals i internacionals. Per això, han de desplegar un **rol de líders** del sistema de museus de Catalunya i, entenent que el patrimoni és un element d'identitat del país, també els correspon desplegar una estratègia d'obertura i d'internacionalització dels seus continguts.

_Amb els museus nacionals com a coordinadors del procés i la implicació necessària de la futura Agència del Patrimoni, s'ha de treballar en el **concepte de xarxa** amb dues línies diferenciades d'actuació: afavorir el desenvolupament de serveis conjunts que facin més eficients el treball dels museus i repartir competències en continguts que enforteixin el treball de cada museu i l'ajudin a donar-li **visibilitat**.

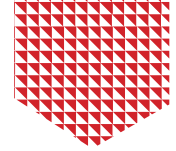
Del 2007 al 2011, s'han incrementat el nombre de museus i col·leccions de Catalunya un 18,20%, mentre que el nombre de visites s'ha mantingut.

Dades de l'any 2011:

_Catalunya disposava de 167 museus i 385 col·leccions que reunien un conjunt de béns culturals mobles i immobles. Es tracta d'institucions amb voluntat de permanència, sense finalitat de lucre i obertes al públic.

_Van rebre més de 23 milions de visites, la major part de les quals es van concentrar als museus situats al Barcelonès (74%).

_Van organitzar 2.637 activitats, que van atreure 1.401.179 assistents. Si es compara amb les activitats realitzades l'any 2007, destaca que aquestes es van incrementar un 11% i, per contra, el nombre de participants va caure un 33,5%.



Patrimoni

_Pel que fa al patrimoni documental, hem assistit durant els últims anys a un avenç important en relació amb els equipaments arxivístics a Catalunya. **El Pla d'Infraestructures de la Xarxa d'Arxius Comarcals** s'ha anat desenvolupant i, en pocs anys, s'ha aconseguit una clara **millora de les infraestructures**. Però, a més de desenvolupar els projectes pendents, el que cal és un esforç més gran en la **digitalització** i la difusió dels continguts. Els arxius tenen la funció de conservar però, cada cop més, gràcies a les noves infraestructures i les noves tecnologies, tenen més capacitat de difondre allò que conserven.

_Per la seva part, el desenvolupament d'una política arqueològica de caràcter integral s'ha vist dificultada per la diversitat d'agents i l'escassetat de mecanismes de coordinació. La **riquesa arqueològica catalana** és important i hi ha moltes potencialitats per desenvolupar un discurs sobre aquest tipus de patrimoni. Ara bé, cal agilitar el sistema i trobar noves fórmules de treball en comú i projectes compartits entre els agents. En aquest sentit, el **Museu d'Arqueologia de Catalunya** ha d'adquirir un paper protagonista més important i s'ha de treballar per una **integració amb altres centres arqueològics** del país.

_En el **Pla Integral per a l'Arqueologia a Catalunya PIACAT** (2009), ja s'apunta en la direcció d'una millor coordinació. Aquest Pla també **remarcava la burocratització** excessiva dels processos, que impedeix una actuació ràpida que en faciliti el control i en garanteixi l'eficàcia administrativa, i a la vegada la desproporció entre les grans inversions de prevenció en arqueologia o les aportacions a la recerca arqueològica i a la projecció social que n'asseguri el reconeixement de la comunitat científica i la població en general. Un altre problema recollit en aquest Pla era la dificultat de gestió de la documentació i l'emmagatzematge del material arqueològic mòbil que es troba dispers i deslligat per tot Catalunya, i la manca d'implicació dels museus locals o comarcals en la **gestió global del patrimoni**.

_El **patrimoni català és un dels nostres atractius com a destinació turística**, un atractiu que ens diferencia i ens aporta un clar **valor afegit en el mercat mundial del turisme**. En un entorn en què l'oferta turística global és cada vegada més elevada, la cultura és un element clau que permet diferenciar destinacions. Catalunya té una bona oferta de turisme cultural; no obstant això, l'oferta cultural catalana lligada al turisme encara té un important camí per recórrer: cal adequar els espais patrimonials i els seus entorns a la visita i millorar-ne la promoció i la difusió.

_En efecte, s'ha d'aprofundir en el **diàleg i el treball conjunt entre turisme i cultura**. La relació entre el patrimoni i el turisme és indispensable, i el potencial de la cultura com a un dels atractius turístics centrals de Catalunya s'ha de treballar amb més intensitat, respectant el caràcter fonamental que el patrimoni i la cultura té d'explicació d'una societat i d'identificació d'una realitat. Cal que l'Agència Catalana de Turisme i el Departament de Cultura desenvolupin **estratègies conjuntes**, en les quals impliquin el sector del patri-

L'any 2010 van arribar a Catalunya gairebé 14 milions de turistes estrangers i 4,5 milions de turistes de la resta d'Espanya, i va ser la quarta destinació més visitada de tota la Unió Europea.

_El 18,8% dels turistes arribats a Catalunya situen el turisme cultural com el motiu principal que els ha portat a escollir aquesta destinació.

_El 41% dels turistes arribats a Catalunya situen la cultura com l'aspecte més valorat per ells.

_Un 62,8% dels turistes estrangers van fer activitats culturals durant la seva estada, un percentatge superior al d'Espanya, que va ser del 53,8%.

moni i el sector turístic, públics i privats, per aprofitar totes les potencialitats. En aquest àmbit és necessari que els recursos recaptats per la taxa turística reverteixi en la naturalesa cultural de la nostra oferta turística.

_El nostre patrimoni ens explica a nosaltres mateixos i ens explica a la resta del món. Cal, doncs, que tota la societat prengui consciència de la seva importància i el valor per tot allò que representa. Però, per demanar-ho a la societat, cal que les institucions públiques intensifiquin la **preservació, la recuperació i la difusió del patrimoni**, i el presentin de manera atractiva i pedagògica.

05

ALGUNES PRIORITATS DE SISTEMA CULTURAL

5. 1. *Educació artística*

És una contribució específica de la cultura a Catalunya –tradicions gremials, Renaixença, Modernisme–, una continuïtat en la maduresa innovadora de les institucions i l'excel·lència de l'educació artística. Aquests darrers anys s'ha fet un esforç per donar un nou impuls a la professionalitat d'aquestes institucions. La creació de l'ESMUC i l'ESCAC en són un exemple, si bé avui cal fer un pas més: modernitzar programes i gestió, amb l'objectiu de crear uns projectes educatius amb capacitat de respondre als reptes d'excel·lència i for-

mar professionals que puguin ser reconeguts a escala internacional.

Els ensenyaments artístics al nostre país han d'aconseguir més prestigi i una millor integració al sistema educatiu, un salt qualitatiu important. Avui, encara, els itineraris formatius artístics no tenen un reconeixement homologat amb itineraris d'altres coneixements científics, socials i humanístics. Cal introduir-hi un salt qualitatiu important.

L'última dècada s'ha assistit a una proliferació de l'aposta municipal i autonòmica per oferir espais de formació artística, en què les escoles municipals de música n'han estat protagonistes. Aquesta aposta s'ha vist estroncada els darrers anys per la reducció de pres-

supostos de la Generalitat i dels ajuntaments destinats a aquests tipus de servei, amb la qual cosa s'ha posat en risc tot el camí assolit.

La manca de coherència i de continuïtat en la presència dels ensenyaments artístics a les etapes de l'ensenyament primari i secundari a Catalunya és una dificultat afegida. Cal fer, doncs, una revisió profunda del tractament d'aquests ensenyaments al llarg del currículum que n'eviti la menysvaloració en les diferents etapes i la desaparició com a matèria obligatòria a partir de quart d'ESO, i que alhora cerqui una continuïtat que avui no tenen.

És urgent que allò que ja funciona a altres països, de vincle reeixit de les pràctiques artístiques –centres museístics, creadors, etc.– i educatives, s'incorpori al nostre ensenyament i es trobi la tradició catalana de renovació pedagògica, vetllant perquè l'art s'hi faci present de manera transversal. Es tractaria, per tant, de revisar completament la presència i la consideració que té l'art en el nostre currículum escolar, a fi que esdevingui una eina que faciliti la formació de ciutadans que coneguin i valorin adequadament les diverses manifestacions culturals. L'Avantprojecte de la llei orgànica per a la millora de la qualitat educativa (LOMCE) –a més d'altres consideracions preocupants, com la incidència en l'alteració del model d'immersió lingüística–, menysté els ensenyaments artístics. Es fa indispensable plantejar-hi alternatives i reclamar un canvi d'orientació.

Amb relació a l'educació superior, la situació no és diferent i exigeix una actuació ferma de les administracions reguladores. Les lleis anomenades òmnibus van aturar el desplegament de la normativa autonòmica que estableix la constitució de l'Institut Superior de les Arts, que ha d'ajudar a donar homogeneïtat al conjunt d'ensenyaments artístics i ha de servir per crear economies d'escala i espais de col·laboració entre les diferents escoles.

La **manca d'una política integral d'ensenyaments artístics** es visualitza també per la divisió de responsa-

bilitats orgàniques entre els diferents departaments de la Generalitat. Els departaments de Cultura i Ensenyament i la Secretaria d'Universitats i Recerca tenen l'oportunitat, en l'àmbit dels ensenyaments artístics, de definir una política coordinada i d'aprofundir en la necessària dinàmica d'apropament entre educació i cultura. Cal aprofitar aquesta oportunitat i apostar pels instruments següents:

_Institut Superior de les Arts

Aquest nou instrument que s'havia dissenyat per aconseguir una coordinació més gran en l'ensenyament artístic superior continua sent una necessitat. A més de ser una eina que ha de permetre millorar l'eficiència econòmica, en facilitar l'aprofitament d'economies d'escala, hauria de generar un nou impuls en els ensenyaments artístics superiors. Ara bé, en paral·lel a la creació d'aquesta institució, cal treballar per una equiparació efectiva dels títols que expedeixen les escoles superiors artístiques amb el títol de grau universitari, a fi que hi sigui possible, entre altres millores, l'accés a ensenyaments de tercer cicle.

_Presència de les arts a primària

Cal que l'ensenyament artístic a les aules sigui considerat una matèria rellevant i que el professorat que se n'ocupi tingui l'especialització escaient per oferir-la. Per això, es proposa incidir en la **creació d'un màster de didàctica i pedagogia en ensenyament de les arts**, que formi especialistes per ensenyar les arts a les aules i que estructurari una possible sortida professional per als artistes.

_Escoles municipals de música

Cal aturar el desmantellament dels centres d'aquest tipus que s'està produint. La tasca d'aquestes escoles és fonamental per afavorir el desenvolupament de la capacitat creativa i la sensibilitat artística, i per desenvolupar polítiques de cohesió social vinculades a l'expressivitat. En aquest sentit, convé un pacte entre la Generalitat i els ajuntaments per mantenir la **sostenibilitat del sistema**, millorar-ne el finançament i garantir-hi l'accés amb independència de la condició econòmica de les famílies.

Coordinació interdepartamental

En un context com l'actual hi ha d'haver un canvi profund en la planificació de les polítiques i regulacions sobre els ensenyaments artístics, amb l'objectiu que els departaments de Cultura i Ensenyament i la Secretaria d'Universitats i Recerca **treballin de manera més coordinada i comparteixin estratègies de fons**. L'existència d'àmbits competencials independents, amb adscripcions orgàniques diverses, pot dificultar el treball en comú, però s'imposa que, més enllà de les àrees d'actuació respectives, es puguin desenvolupar, des de la voluntat inequívoca de col·laboració, polítiques d'ensenyaments artístics ambicioses que situïn Catalunya al nivell d'altres països europeus.

Iniciatives educatives i culturals del teixit associatiu

Seria positiu incrementar el suport al teixit cultural del territori, en molts casos de naturalesa amateur, des d'on es fa una labor de base important, ja que apropa les arts a la població. Aquests centres són una eina indispensable per estendre una formació artística integral, i actualment són un dels pocs espais complementaris a la insuficient formació artística reglada del nostre sistema educatiu. Resulta, a més, convenient intensificar la col·laboració entre l'educació superior i l'espai amateur amb noves propostes i idees innovadores que intentin superar les limitacions d'acció derivades de les restriccions pressupostàries actuals.

Indicadors d'excel·lència per als ensenyaments artístics

És urgent desenvolupar mecanismes de seguiment sobre els resultats dels ensenyaments artístics a Catalunya, més enllà dels de caràcter acadèmic. Amb aquesta finalitat, cal reforçar la idea que aquest **tipus d'itinerari formatiu** és una bona aposta per a la societat en general i per als individus en particular. Dos dels indicadors que s'han de considerar són la inserció professional i el reconeixement dels alumnes.

Intercanvi internacional per a la comunitat educativa

Tant pel que fa a l'alumnat com al professorat, els ensenyaments artístics s'han de fer permeables internacionalment. La **por a la fuga de talents** no ha de limi-

tar aquesta voluntat. Cal construir un equilibri entre l'estabilitat interna, amb la garantia de mantenir al país un gruix important de professionals formats i formadors, i la voluntat d'intercanvi i diàleg amb altres realitats, mètodes i referents que puguin revertir positivament sobre el nostre sistema cultural i d'ensenyaments artístics.

5. 2.

Institucions: de l'eficiència a la necessitat

Les dificultats pressupostàries de les administracions públiques han fet aflorar un problema endèmic al nostre país: la **complexitat administrativa**, que provoca encavalcaments competencials ineficients. La cultura no ha de ser ostatge d'aquesta complexitat i els diferents nivells administratius han de trobar fórmules de gestió eficaces i simplificadores que evitin les duplicitats.

En un panorama on s'està posant en qüestió l'eficiència del sistema institucional de serveis públics, també en l'àmbit cultural, cal posar l'accent en les polítiques públiques que es duen a terme més que no pas en la visualització de les institucions que les desenvolupen. Per això, és important establir mecanismes de col·laboració interinstitucional, poder mesurar l'impacte i la rendibilitat social de les propostes i **proposar mecanismes transparents que permetin avaluar** l'eficiència de l'acció cultural en la seva globalitat.

En el context actual, es fa evident la necessitat peremptòria d'avançar cap a una simplificació de les estructures administratives que facilitin tant la transparència com el **retiment de comptes davant de la ciutadania**. Aquesta simplificació, però, ha d'anar acompanyada de l'assumpció de reptes comuns, establint espais de col·laboració institucional que garanteixin la sostenibilitat d'aquells tipus de programes en els quals diferents administracions comparteixen objectius.

Per això convé frenar la rèplica de projectes en tot el territori i apostar per la singularitat entenent el **país com un sistema cultural únic**, amb diferents realitats i amb la necessitat de generar **fluxos de col·laboració entre les diverses iniciatives**.

Amb aquesta orientació, hem de reconèixer els esforços realitzats per les institucions locals, de vegades més enllà d'allò que per llei caldria exigir-los, i cercar mecanismes de coordinació que millorin l'aprofitament dels recursos destinats, a fi que se'n multipliquin els efectes sobre les polítiques culturals. Hi ha nombrosos exemples d'èxit en la coordinació institucional, entre els més remarcables tenim els **consorcis de les grans institucions culturals**. El camí que s'hi ha emprès, quan s'hi assolixen resultats positius notoris, ha de ser utilitzat com a exemple a seguir.

Catalunya és un territori amb unes dimensions que permeten construir un sistema cultural sòlid, divers i connectat. Comptem amb les capacitats del sector cultural per aportar **talent, innovació i estructura**. Des de l'Administració pública cal concentrar esforços i prioritzar i establir estratègies comunes a tots els nivells administratius per fer créixer el sector i fer arribar la cultura a tota la població. Més que mai, doncs, és important compartir projectes i horitzons, i fer-ho de manera flexible:

_Simplificació de circuits administratius

Cal millorar els mecanismes d'interlocució entre els agents culturals i les administracions, que s'han de presentar de manera senzilla i transparent amb unitat de criteri i evitant duplicitat de circuits; per exemple, les normatives que s'apliquen a les sales de música en viu són diferents segons els municipis, una situació que s'ha de corregir.

_Compliment dels compromisos a mitjà i llarg termini

Els projectes culturals d'arreu del país s'han d'entendre com a elements que formen part d'un **sistema complex de múltiples relacions**. S'ha de superar l'aïllament d'alguns projectes perquè es desenvolupin en contextos de més col·laboració i implicació en el seu entorn cultural.

Pel que fa als **projectes compartits**, és important assegurar-ne la continuïtat en un calendari definit. El recorregut de molts projectes culturals necessita estabilitat perquè puguin ser avaluats adequadament amb

relació a la seva planificació, i no hauria de dependre de situacions conjunturals d'entesa o no entre administracions.

_Consolidació d'estructures en xarxa

El treball en xarxa entre equipaments, programadors, associacions, col·lectius i/o espais formatius culturals és la fórmula de millora de gestió necessària. L'increment de les **estructures de treball compartit** i la consolidació de **noves comunitats en xarxa** són uns objectius a aconseguir en els anys vinents per assegurar una major eficiència en la gestió dels recursos destinats a cultura, tant des dels agents culturals com des de les administracions.

_Ampliació de funcions

És necessari que els equipaments i les institucions s'obrin a desenvolupar un ventall cada cop més ampli de funcions culturals i també socials, amb l'objectiu que els recursos disponibles siguin aprofitats al màxim. En aquest sentit, s'hauria de trobar un sistema perquè els equipaments públics tancats per manca de recursos econòmics es puguin posar a disposició dels col·lectius socials que en puguin fer un ús apropiat.

5. 3. **Valor social de la cultura**

Catalunya és una societat rica, diversa i complexa que sempre ha situat **la cultura com a fonament d'una identitat col·lectiva i dinàmica**. La situació actual reclama posar en valor aquesta tradició i que des de les polítiques públiques **es fomenti l'esfera pública i el teixit associatiu** com un instrument per a la cohesió social del país.

La tradició cultural de la societat civil catalana —a través de fundacions, associacions, col·lectius, etc.—, històricament, ha protagonitzat bona part del dinamisme cultural del país. En un moment de feblesa pressupos-

tària i, per tant, de menor capacitat d'acció de bona part de les administracions, el tercer sector està aconseguint mantenir un grau elevat d'activitat i assumint càrregues i compromisos amb la societat d'una importància cabdal. Les institucions han de ser sensibles a aquest treball de cohesió i de respecte a la diversitat, li han de donar suport en la mesura que puguin i han d'establir mecanismes de col·laboració i complicitat que tinguin **efectes multiplicadors**.

No hem d'oblidar que la cohesió social té a veure, principalment, amb la **igualtat d'oportunitats de la ciutadania** per accedir als equipaments i a les representacions culturals distribuïdes per tot el territori. En definitiva, una **societat cohesionada** és aquella que sap assumir i interpretar les seves diferències per reduir les desigualtats.

El valor públic de la cultura no és només una qüestió de garantia de drets culturals, sinó que també es concreta en la capacitat que té la cultura d'**impulsar processos d'innovació social**: nous models organitzatius, la defensa del que és comú, nous models de finançament i d'intercanvi, i una presència important de l'economia social, entre d'altres. Aquesta capacitat d'innovació és un dels valors que aporta actualment la cultura i que, en temps de canvi d'època, cal reconèixer i impulsar.

_Accés a la cultura

És urgent reforçar el **programa Apropa Cultura** i generar-ne de semblants. Així mateix, és fonamental assegurar l'excel·lència en la **cultura de proximitat** i fomentar l'associacionisme cultural, prioritzant-hi els programes que afavoreixen la cohesió social.

_Programes que afavoreixen la cohesió social

Cal reconèixer el paper fonamental que desenvolupa el món associatiu cultural en la cohesió social en els nostres municipis i cal donar-li suport. Segurament convé revisar els mecanismes de suport per assolir **més col·laboració i complicitat** que ajudi a mantenir un grau elevat d'activitat cultural, sobretot en municipis sense grans centres culturals públics, en els quals l'esforç de les entitats és més que remarcable. És evident que cal comptar amb la participació dels ciutadans, ja no no-

més a l'hora d'executar polítiques culturals sinó també en el moment de planificar-les i dissenyar-les.

Per la seva banda, les estructures associatives han de modernitzar la gestió i el contacte amb la resta de la societat, així com la seva oferta de continguts, i l'Administració hauria de donar suport prioritari a aquests objectius.

_La cultura com a eix central de les polítiques de cohesió social

Cal més presència dels responsables de les polítiques culturals en tots els espais de les administracions públiques que tenen per objectiu desenvolupar polítiques de cohesió social –per exemple en temes d'immigració, de gent gran, d'integració social, etc-.

_La cultura com a impulsora d'innovació social

Tota l'acció associativa és un bon exemple de pràctica de valors socials, de transformació de l'economia social, de dinamisme, d'adaptació i de participació que són extrapolables a molts altres eixos de la societat –economia, empresa, organització del treball, transferència de coneixement, etc-.

El valor públic de la cultura no és només una qüestió de garantia de drets culturals, sinó que també rau en la capacitat que té la cultura d'impulsar processos d'innovació social: **nous models associatius**, la defensa d'allò comú, nous models de finançament i d'intercanvi, i una important presència de l'economia social, entre d'altres. Aquesta capacitat d'innovació és un dels valors que aporta actualment la cultura i que, en temps de canvi d'època, és obligat impulsar.

Són potencialitats que donen resposta a necessitats econòmiques, culturals i socials, i poden obrir noves vies de col·laboració entre les polítiques de treball.

_Compromís amb la societat

Cal fomentar el compromís social de la indústria cultural i fer de les empreses culturals un exemple d'empreses responsables socialment. D'altra banda, vol dir incorporar mecanismes que fomentin i propiciïn la **coresponsabilitat social** a les empreses.

_Avaluació de la dimensió social de la cultura

Cal establir mecanismes per avaluar el retorn social dels projectes culturals perquè es puguin dimensionar i analitzar. Cal dissenyar i desenvolupar sistemes d'avaluació de la dimensió social en les línies de subvencions i ajudes públiques, en els **contractes programa de l'Administració** amb les grans institucions culturals del país i en tota l'activitat pròpia que es dugui a terme des de l'Administració pública.

_L'escola com a generadora de cultura

Cal crear un **espai d'interlocució entre el sector cultural i el sector educatiu** que faci possible una nova manera d'incorporar la cultura a les aules, que trenqui concepcions tradicionals, i desenvolupi programes específics i estables en el temps perquè es puguin avaluar, millorar i estendre.

06

REDEFINIR EL MODEL

Al món de la cultura li fan falta **musculatura sectorial i estructures sòlides** amb millors condicions per donar resposta a les dificultats. Disposem de creadors, comptem amb un talent notable. Però al costat d'això ens manca capacitat per convertir la creació, les bones idees, en projectes empresarials sòlids i que perdurin en el temps. Cal superar aquesta dificultat promovent un teixit empresarial cultural de major dimensió, amb més recursos per assumir riscos, per innovar i, sobretot, amb capacitat de fer-se present en els mercats exteriors. S'imposa la conveniència de **trencar dinàmiques d'aïllament** entre els diferents subsectors i de debats constants sobre quins són els límits del sector cultural.

Tota cultura viu en crisi perpètua. De fet, la impulsa i se'n nodreix. La situació en què ens trobem prova amb escreix que la devaluació social de la cultura és un fenomen real i que precisament les manifestacions culturals més transcendents –pel fet de ser originals o complexes– són les que tenen més dificultats de subsistir ara i aquí. La impressió que l'horitzó cultural tendeix a l'empetitiment, la uniformització i la banalització, és difícil de resistir. Si la cultura és l'instrument principal –i en el fons l'únic– que permet als humans transformar-nos a nosaltres mateixos, aquesta impressió no pot ser més que alarmant. Una societat que comença a

desentendre's dels valors definidors de la cultura és una societat que es condemna a ella mateixa a l'estagnació, a la **reproducció cega d'estereotips** cada vegada més ineficaços per respondre als reptes sempre renovats a què s'ha d'enfrontar, i per tant, a la llarga, a la regressió. Quan diem que la cultura catalana –o a Catalunya– és l'eix de la nostra identitat col·lectiva i el motor de la nostra evolució –i, doncs, la garantia del nostre futur–, no enunciem més que la veritat, i probablement molt més del que ens pensem. Perquè qualsevol **possibilitat de canvi i de progrés** concebible en aquesta societat –i en qualsevol altra– està necessàriament vinculada a la nostra capacitat d'activar la nostra tradició –i les altres–, de reflectir el nostre present i d'acabar-nos-hi, d'imaginar altres futurs possibles, de generar noves idees i debatre-les en un diàleg fructífer i, finalment, si bé no menys important, de transmetre el que hàgim pogut aprendre de tot plegat als qui vindran després.

6. 1. *Model econòmic*

Els projectes culturals estan patint **dificultats de sostenibilitat econòmica**. A la mancança històrica d'una llei de mecenatge ambiciosa que faciliti adequadament el suport privat a les iniciatives culturals, s'hi suma la reducció de pressupostos públics, que mai no han arribat als nivells d'altres països de referència en inversió pública en cultura. Aquesta situació fa que avui, urgentment, calgui redefinir el model de finançament de la cultura.

En l'estratègia de país, l'aposta per la cultura ha de ser ferma i clara, i s'ha de traduir en unes polítiques de suport a la indústria, a la creació, a l'equilibri territorial i a la internacionalització, prioritzant-hi les línies estratègiques d'acció, definint-hi el recorregut desitjable i cercant, per fer-ho viable, la coresponsabilitat tant dels agents culturals com dels ciutadans.

En els casos en què el projecte cultural compleix una funció de cohesió, d'educació, de creativitat, de recuperació patrimonial i d'innovació, el suport públic és imprescindible i, si no hi és o és insuficient, es posa en perill la **vessant social de la cultura**, la pròpia essència i la raó de ser. En aquests projectes, el lideratge de les institucions públiques és i ha de continuar sent imprescindible.

La cultura, que abans del restabliment de la democràcia, havia tingut un suport públic escàs, ha viscut des del començament dels anys vuitanta un canvi substancial de model de finançament. A hores d'ara, el pes del finançament d'alguns àmbits de la cultura recau, en una proporció considerable, en els pressupostos públics, la qual cosa pot haver afavorit una tendència a ser-ne dependents i un cert acomodament que portava a desistir de cercar noves fórmules de recursos privats. Ara s'han de desenvolupar, com més aviat, noves fórmules mixtes que permetin una millor i més gran participació ciutadana, així com més iniciativa i com-

promís del sector privat, en una **indispensable aliança publicoprivada** per mantenir i potenciar els recursos econòmics destinats a la cultura.

El marc legislatiu actual, en espera d'una nova llei de mecenatge, dificulta clarament **l'inexcusable canvi de model**. A aquest fet, s'hi sumen les dificultats que també passen una part significativa de les empreses catalanes i de les entitats financeres que podrien ser protagonistes de mecenatge. Ara bé, aquestes limitacions no poden representar un fre al canvi de cultura que cal introduir en la gestió cultural.

No es tracta de defugir la responsabilitat pública, ans al contrari, sinó d'obrir el ventall de possibilitats de col·laboració i explorar totes les vies de participació de ciutadans i d'empreses i institucions, socialment responsables, que poden contribuir al desenvolupament dels projectes culturals.

El model de finançament de la cultura a Catalunya té reptes rellevants i respostes possibles:

—El pes del valor social i econòmic de la cultura s'ha de reflectir en els pressupostos públics

Per Catalunya la cultura hauria de passar a ser un sector estratègic per sortir de la crisi i no un sector castigat per la manca de finançament. D'una banda, s'ha de prioritzar estratègicament l'assignació de recursos, fent més flexibles i donant agilitat a les línies de crèdit oficial a la cultura. D'altra banda, cal fomentar una major implicació del finançament privat en les grans institucions culturals públiques, amb modificacions en la gestió.

—Innovar en les fonts de finançament d'associacions, d'equipaments i d'esdeveniments culturals

Les entrades dels espectacles són una font important de finançament, però s'haurien d'estudiar quines opcions de productes, serveis i estratègies complementàries es poden oferir a cada tipologia d'esdeveniment per incrementar els ingressos dels promotors de l'activitat cultural. No es poden desatendre les possibilitats que ofereixen el marxandatge, la venda de productes culturals,

la restauració i els complements d'oci, i aplicar-hi criteris innovadors per obrir noves possibilitats.

Nova llei de mecenatge

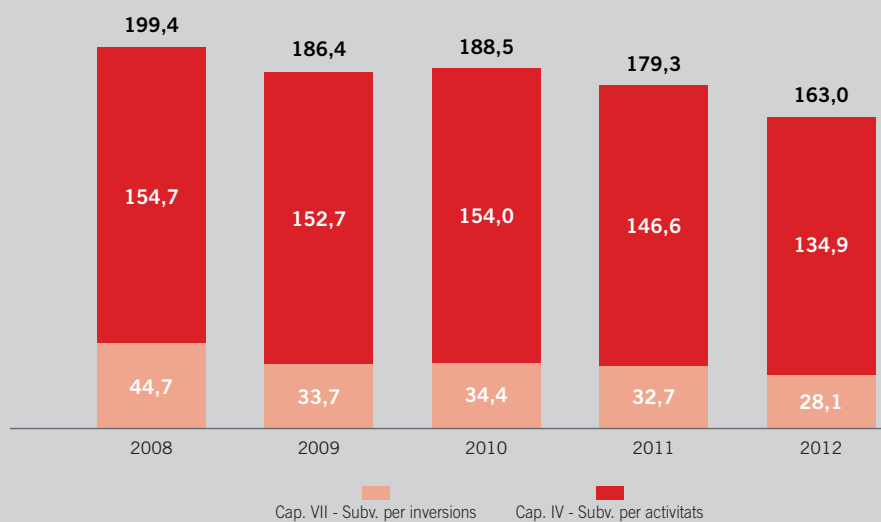
Tot i que aquesta és una competència estatal, Catalunya hauria de tenir en la nova llei una influència, com a mínim, proporcional a la importància que té el sector cultural català en el conjunt de l'Estat. El món de la cultura i les administracions públiques catalanes han de demanar l'impuls d'una nova llei que permeti reduir les restriccions actuals i facilitar el desenvolupament de la cultura del mecenatge.

Nous sistemes de finançament

Es proposa que s'avanci en **sistemes com les societats de capital risc**. Cal posar a l'agenda del sector cultural l'impuls de societats de capital risc per a projectes culturals on no només hi hagi la participació de capital públic. Així mateix, cal promoure la figura dels **business angels**. Existeixen diferents xarxes de *business angels* però no n'hi ha cap específica de cultura i caldria afavorir-ne la creació.

Des de la perspectiva de les fonts de finançament públiques, el sector de la cultura ha de tenir més en compte les possibilitats que ofereix la Unió Europea i aprofitar els recursos del **programa Creative Europe**. El Departament de Cultura hauria de desenvolupar un espai d'informació dels programes europeus d'ajuts a l'activitat cultural.

Evolució dels capítols IV i VII del pressupost del Departament de Cultura. 2008-2012 (en milions d'euros)



Nota: Les dades de l'any 2012 són de pressupost aprovat. La resta fan referència al pressupost executat.

Font: Memòries del Departament de pressupostos de la Generalitat

Existeixen plataformes a Catalunya que són una notable referència en el **crowdfunding** i que han aconseguit èxits notables mostrant-se útils per fer viables nous projectes culturals. Aquest sistema estableix una nova relació entre els creadors i els ciutadans que fa possible la creació de produccions culturals de petit format. És un tipus de micromecenatge que ha revitalitzat la cultura de base. Cal que el sector, les administracions i tots els agents de la cultura estiguin amatents a aquests tipus d'innovacions i en facilitin la implantació i el desenvolupament.

Política d'activació econòmica

És pertinent ajudar a estructurar empreses culturals mitjanes i grans que tinguin capacitat d'invertir, de generar nous productes i projectes i amb musculatura financera per suportar les dificultats d'aquest moment.

Convé invertir en formació i en capacitat professional dels treballadors d'aquestes empreses per afavorir-ne el desenvolupament. De la mateixa manera, aquest capital humà es construeix gràcies a una **professionalització més gran de la gestió cultural**. Necessitem gestors culturals que aportin més visió empresarial als projectes culturals, necessitem **una administració pública més formada** i més compromesa amb el desenvolupament del sector cultural, i finalment, necessitem també estructures en el sector que siguin representatives i legítimes com a interlocutores per **definir les noves prioritats** i liderar els canvis que el sector requereix.

6. 2. ***De receptors a protagonistes***

El públic cultural català ha demostrat capacitat de resistència a les dificultats provocades per la crisi econòmica. Els indicadors d'assistència a les manifestacions culturals s'han mantingut estables des de l'inici de la crisi, tot i la reducció de pressupostos públics, l'ajustament en les iniciatives privades i les dificultats econòmiques dels ciutadans. El públic cultural s'ha mostrat fidel, amb descensos moderats en el pitjor dels casos. La tendència s'ha mantingut fins a l'any 2012. L'augment de l'IVA als productes culturals aprovat pel Govern central, els ajustos salarials continuats i una tendència d'atur creixent al nostre país han provocat que durant aquest 2012 s'hagi arribat a **nivells de resistència límit**, una circumstància que ha afectat la capacitat de consum del públic consolidat. Aquesta situació s'ha vist agreujada a les zones més rurals, on la reducció de pressupostos públics de la cultura ha disminuït significativament la capacitat d'oferta de molts municipis i ha paralitzat les propostes de circuits estables de distribució que s'havien iniciat.

L'orientació de les polítiques de públics de la majoria d'equipaments es dirigeix, gairebé exclusivament, a assegurar la sostenibilitat pròpia. En alguns casos, s'observa una tendència a rebaixar el nivell de les propostes artístiques amb aposta per ofertes més populars i comercials. En altres casos, sobretot en l'àmbit associatiu i amb propostes de petit format, la viabilitat dels projectes es manté gràcies al compromís cultural, social i territorial dels socis consolidats. Finalment, els centres nacionals lluiten per mantenir la sostenibilitat del seu equilibri financer, i si bé en aquests casos no s'observa encara un descens greu del nombre de públic assistent, sí **que s'han reduït les propostes més agosrades**, les línies de formació de nous públics i els acords per distribuir les produccions en circuits territorials.

La situació actual, orientada a l'esforç de resistència per mantenir els nivells adquirits, ha dificultat l'avenç en la consecució de reptes encara pendents: assolir **més diversificació de públics**, reforçar la funció social i educativa, apostar per l'excel·lència i la creativitat, i fer de la cohesió social la principal responsabilitat pública de la cultura.

No es tracta de rebaixar els preus de la cultura. Més aviat al contrari: cal donar-li el valor just i fer entendre el cost real del que oferim i tot el que això representa. En canvi, sí que les administracions caldria que revisessin el pes de les polítiques d'ajut, i incrementessin les **estratègies d'estímul al consum** més que les de foment a la producció. I alhora caldria consolidar, sobretot en els projectes que reben ajuts públics, les estratègies de reducció de preus, adreçades a ciutadans i col·lectius desfavorits, per raons socials, culturals o territorials, a fi de facilitar-los l'accés a la cultura.

En qualsevol cas, s'ha de valorar positivament la consolidació creixent d'un públic cultural. Les polítiques de suport a l'ensenyament, i la profusió i el creixement de les ofertes digitals -malgrat el debat que suscita en alguns aspectes -han estat essencials per facilitar accés més gran al coneixement i a la cultura. A hores d'ara, el consum cultural pot arribar a una gran part de la població.

La cultura, però, es manifesta de vegades per circuits paral·lels que no s'han arribat a connectar prou entre si. De fet, ni s'han creat les transferències pertinents de continguts ni s'han explorat ni eixamplat les capacitats d'accés, a fi de permetre més connexió i fusió dels públics.

Convé assenyalar, doncs, l'existència d'un públic que consumeix cultura fora dels circuits més oficials, tant si es tracta d'espais alternatius com de la xarxa digital. És important afavorir estratègies que ens acostin a aquests públics, que demanen sobretot un esforç pedagògic de comunicació, que creï ponts entre els creadors i els usuaris de la cultura.

Finalment, destaquem el paper que l'escola i els mitjans de comunicació poden exercir en la formació d'un públic informat i exigent. Pel que fa a la presència de la cultura als mitjans de comunicació, escau d'assenyalar que ens trobem massa lluny del nivell desitjable. En aquest sentit, lamentem la desaparició d'iCat fm entre les emissores nacionals i la reducció d'hores d'emissió del Canal 33. Aquestes mesures han estat una mala notícia per a la cultura catalana perquè limiten els seus espais de difusió.

_Noves estratègies de col·laboració en la captació i la fidelització del públic

Manquen mecanismes de col·laboració entre les diferents institucions que permetin compartir la informació sobre els públics culturals i coordinar polítiques de comunicació conjunta. L'Administració pública pot donar suport a l'elaboració d'aquests plans, a l'establiment d'una **agenda cultural compartida** i a la promoció de campanyes que ofereixin més visibilitat als projectes culturals.

El públic cultural no és un consumidor en el sentit estricte del terme. El ciutadà és un agent finançador que, amb les seves opcions selectives, contribueix, en un exercici d'interdependència, a mantenir projectes culturals i a produir-los. Fidelitzar i comprometre el ciutadà en l'elaboració i el desenvolupament dels projectes culturals és una necessitat a la vegada simbòlica i operativa. Aprofitar les **possibilitats del micromece-natge obre nous camins per a la interacció públic - producte cultural**.

_Transparència i traçabilitat dels espais culturals

Necessitem obrir els centres culturals i fer-los més accessibles, assolir una ocupació més intensiva que permeti diferents **nivells de traçabilitat de l'activitat cultural**, a fi de facilitar circuits progressius en l'accés. També s'ha d'estimular l'adopció d'acords de col·laboració amb altres ofertes culturals més populars o alternatives, a fi d'aproximar continguts i compartir públics fins ara no habituals de la cultura més institucional.

El **treball en xarxa** i d'intercanvi entre equipaments i programadors culturals no s'ha de reduir als qui treballen en un mateix àmbit, i a la vegada cal cercar les possibles interseccions de públics. Així, des dels equipaments i els esdeveniments de centralitat cal tenir una sensibilitat especial cap als qui estan treballant com a porta d'entrada per a nous públics culturals.

_Polítiques d'estímul al consum

Sobretot en els equipaments públics, convé impulsar polítiques per aconseguir arribar a tots els estrats de la població. S'han d'impulsar plans coordinats d'oferta cultural adreçada a un públic no habitual i polítiques d'estímul al consum cultural –tiquet familiar, reduccions per a col·lectius desfavorits, etc.– i **estratègies de màrqueting electrònic cívic**.

_Paper dels mitjans de comunicació

És important impulsar un **compromís més gran dels mitjans de comunicació, públics i privats**, amb la cultura catalana. Seria hora de revisar els mecanismes de suport públic i concessió de llicències als mitjans de comunicació privats establint nous criteris vinculats a la seva aportació a la difusió cultural.

_Lligam entre educació i cultura

Cal un **compromís més gran de l'escola en la formació de públics** i en la difusió dels projectes culturals, a fi de crear un espai estable d'interlocució entre el sector cultural i el sector educatiu que representi una nova manera d'incorporar la cultura a les aules, que trenqui concepcions tradicionals i desenvolupi programes específics i continuats.

6.3. Internacionalització

En aquests moments, les reduccions pressupostàries generen noves dificultats per potenciar la **presència internacional de la nostra cultura**. D'una banda, posen en perill la capacitat de competir en qualitat, i que les produccions disposin dels recursos necessaris per estar a l'alçada dels estàndards internacionals. De l'altra, per tenir capacitat d'intercanvi, s'han de **crear fluxos de col·laboració** en els dos sentits i programar propostes internacionals de manera regular, pràctica també molt minvada pels ajustos econòmics.

Resulta indispensable afavorir una estratègia d'internacionalització cultural intencionada, amb el concurs i el consens entre el sector públic, aportant plataformes, i el sector creatiu, aportant talent i estructura empresarial. Cal que els nostres creadors i els nostres productes siguin presents a festivals i fires, i que els programadors internacionals vinguin a Catalunya atrets per esdeveniments que els ofereixin oportunitats de contractació.

_Coordinació institucional per a la internacionalització

Les institucions públiques responsables de la internacionalització de la nostra cultura han de desenvolupar estratègies conjuntes que multipliquin l'impacte i la presència de la creació catalana a escala internacional, generant més interès i obrint nous mercats. En aquests moments convé generar un **marc comú estratègic d'actuació**, assegurar una **major eficiència dels programes**, **coordinar el disseny de les polítiques** i definir horitzons i fites compartides. L'objectiu preferent és **fer més present la creació cultural a l'exterior**.

_Internacionalització de les empreses

Les empreses culturals catalanes necessiten més impuls per incrementar la presència internacional. Per fer-ho, a més que el sector ha de desenvolupar més cultura empresarial exportadora, les administracions públiques han d'oferir formació, plataformes i suport

financer per emprendre nous projectes amb vocació internacional. Així, en els ajuts a la producció s'hauria de mantenir la línia d'incorporació de criteris en relació amb les possibilitats d'exportació per a l'avaluació dels projectes.

Esdeveniments estratègics

Els grans esdeveniments culturals distribuïts per tot el territori, com ara Temporada Alta, el Grec, la Fira de Teatre de Tàrraga, la de la Mediterrània de Manresa, el Festival de Cinema Fantàstic de Sitges, el Mercat de la Música Viva de Vic, festivals com el Sónar o el Primavera Sound i fires com Gamelab, entre d'altres, constitueixen una xarxa important a partir de la qual és factible potenciar la capacitat de Catalunya de generar mercats de contractació internacional.

L'atracció que generen aquests grans esdeveniments no només s'ha de considerar des de la perspectiva de la contractació i de negoci en relació amb les produccions que presenten, sinó que també cal aprofitar-los com a plataformes per **atreure públic i mitjans de comunicació internacionals**.

Aliats locals i intercanvi

És important identificar els mercats amb més possibilitat de col·laboració i cooperació amb la creació catalana i establir estratègies d'intercanvi amb els agents culturals dels països en qüestió. Les grans institucions culturals -amb el suport dels responsables de les polítiques d'internacionalització de les administracions- haurien de definir **aliances estratègiques i apostes de continuïtat** a Europa i resta d'Espanya, l'Amèrica Llatina i països emergents, els quals obren noves possibilitats d'intercanvi cultural.

Creadors en formació

La mirada exterior ha de formar part de l'itinerari formatiu dels nostres creadors, i és important que les iniciatives formatives accentuin el lligam amb l'exterior desenvolupant estratègies d'acords i convenis amb institucions formatives internacionals. Els centres nacionals tenen una funció decisiva tant pel que fa a la formació del públic com dels futurs professionals, i

per això han de poder mantenir la funció d'aparador de les **propostes artístiques internacionals** a Catalunya i fomentar els espais d'interrelació i d'intercanvi amb operadors d'altres països.

La convocatòria de beques de formació proposades pel CoNCA han d'ajudar a intensificar i reforçar aquest objectiu.

Noves generacions i espais d'internacionalització

Davant de les dificultats de competir en altres mercats, els creadors catalans consolidats i reconeguts internacionalment haurien d'ajudar a obrir camí a les noves generacions creatives. Seria convenient fomentar la implantació de programes d'apadrinament de la internacionalització dels creadors emergents aprofitant el prestigi de creadors consolidats.

6. 4. *Excel·lència i mèrit*

La cultura de qualitat és una prioritat del país i per al país. L'objectiu requereix posar l'accent en la capacitat i la formació dels principals agents creatius. Són les responsables que les propostes artístiques que generem tinguin o no presència en l'**esfera internacional** i que el patrimoni que la nostra realitat cultural ha generat al llarg dels anys sigui reconegut com a valor universal.

El nostre sistema cultural ha estat capaç de desplegar una gran profusió d'obres i creacions artístiques, moltes de les quals han estat objecte d'ajuts públics per produir-les. En canvi, tenim un sistema cultural que té dificultats per identificar referents i **consensuar prescriptors**. Aquesta manca de significació ha provocat una dificultat per reconèixer, prioritzar i estructurar una política d'ajuts i de divulgació.

En aquests moments, però, la mesura d'excel·lència no pot ser avaluada amb uns criteris de **cultura interna i endogàmica**. La voluntat de ser presents internacionalment ens exigeix un alt nivell. Per tant, hem d'introduir iniciatives que ajudin a avaluar de manera permanent el nostre sistema cultural. Constitueix un repte indefugible prendre les mesures que ens permetin incorporar i concentrar talent i sumar-hi capacitats amb rigor i exigència.

Ser exigents en els **criteris de professionalitat i excel·lència** és una responsabilitat vers la sostenibilitat del sistema cultural, així com l'expressió de compromís amb els ciutadans, els quals contribueixen a mantenir el sistema cultural a través dels seus impostos o a través de la compra d'una entrada o un producte cultural.

Cal exigir una política adreçada a incrementar el nivell

de qualitat i excel·lència cultural del país, sobretot en els projectes o institucions que disposen d'un alt nivell de fons públics en el seu finançament, a partir de:

_Selecció amb criteris de mèrits i capacitació personal

Ens hem d'assegurar que els qui accedeixen a la direcció dels organismes, les institucions i els programes culturals siguin els millors professionals. Si bé això és important en tots els casos, és obligat en els projectes o les activitats que compten amb un alt nivell de participació i/o incidència pública. Aquests centres estableixen sistemes de selecció amb concurrència pública, i haurien d'estar oberts a concurs internacional i amb criteris exclusivament de qualitat adaptats a les necessitats i als reptes culturals.

_Independència i professionalitat

Els jurats que es formen per participar en la selecció de càrrecs –concursos–, persones –premis– o propostes –subvencions, beques, etc.–, en què l'excel·lència professional és una exigència, han d'estar formats per persones considerades de referència, i incorporar-hi quan sigui convenient membres internacionals. La seva actuació ha de respondre a criteris de discreció, confidencialitat i exigència professional. L'experiència i els resultats obtinguts en altres àmbits, com el científic, són un exemple a seguir.

_Retenir el talent

Hem de prendre les mesures que permetin garantir que el talent que sorgeix a Catalunya no se'n desvinculi. Amb aquest objectiu cal estar amatent a les propostes creatives del país que obtenen un reconeixement en espais –festivals, fires, museus i centres d'art– considerats de referència en l'escena internacional. Així mateix, cal donar prioritat a la consolidació de les propostes artístiques que han obtingut aquests mèrits i reconeixement i adequar les línies d'ajut i incentius a fi d'assegurar-ne el recorregut i la trajectòria.

_Transferència de coneixement

Es fa indispensable definir línies de recerca dins el conjunt d'institucions culturals que ens permetin **crear coneixement** orientat al desenvolupament d'estratègies

i productes culturals de qualitat, com la millor inversió per afavorir l'enfortiment i la projecció del sistema cultural català.

_Avaluació permanent

L'exigència, la imparcialitat i el rigor són criteris que no només han de ser presents en la selecció de persones o projectes, sinó també com a model d'actuació que ha d'orientar el conjunt de les polítiques culturals. Per aquest motiu, les institucions i els sistemes de suport a la cultura han de seguir una metodologia que permeti l'avaluació garantidora del manteniment d'aquests criteris i de l'excel·lència dels projectes culturals.

_Captació de nou talent

És definitiu aconseguir que el talent internacional s'incorpori al sistema cultural català, tant en l'àmbit creatiu com en el formatiu, amb la missió d'**estirar el sistema i les seves dinàmiques cap a l'excel·lència**. Convé plantejar-se, en aquest sentit, obrir línies de treball per atreure cap al sistema català personalitats de fora que destaquin per la seva qualitat en els àmbits de la crítica, els ensenyaments artístics i la recerca.

07

ELS COMPROMISOS DEL CoNCA

El 13 de març de 2009 es va constituir el Consell Nacional de la Cultura i de les Arts (CoNCA), en aplicació de la Llei 6/2008, de 13 de maig. La creació d'aquest organisme és la resposta a una reclamació del sector cultural davant del Govern de la Generalitat de Catalunya al llarg de diverses legislatures per renovar les polítiques culturals. Les principals funcions assignades al nou organisme van ser les d'assessorar el Govern en el conjunt de la política cultural i desenvolupar la política de foment i de promoció a la creació.

El desembre del 2011, a través de la Llei 11/2011 de reestructuració del sector públic per agilitar l'activitat administrativa, s'inicia una nova etapa d'aquest organisme on es posa l'accent en les activitats d'assessorament al Govern en el conjunt de la política cultural i d'anàlisi i avaluació del suport a la creació artística. En aquest sentit, el nou organisme ha de vetllar pel desenvolupament de l'activitat cultural, col·laborar en l'ordenament de la política cultural pel que fa a la creació artística, intervenir en la política de suport a la creació artística i cultural i de promoció d'aquesta creació, i organitzar un sistema d'auditoria cultural dels equipaments i les subvencions públiques que tingui en compte la promoció de la cultura i el seu retorn social. El 13 de juny de 2012 el Parlament va aprovar la proposta del president

de la Generalitat de nous membres per al Plenari del CoNCA, que va assumir des d'aquell moment l'impuls d'aquestes tasques.

L'elaboració d'un informe anual continua sent una de les principals fites del nou CoNCA i la principal eina per, un cop analitzat l'estat de la cultura, transmetre els seus compromisos principals envers la societat i el sistema cultural. Enguany aquests compromisos són:

***Finançament
innovador
Mecenatge
Increment
pressupostari***

_Promoure la creació d'un espai d'assessorament i recerca de **fonts de finançament innovadores** a fi d'ajudar

creadors i col·lectius, associacions i organitzacions culturals a millorar les seves capacitats econòmiques.

_Estudiar, en coordinació amb els departaments implicats, la possibilitat que des del CoNCA es promogui la creació del **Consell del Mecenatge** que afavoreixi la interdependència entre el sector públic i el sector privat per millorar el finançament dels projectes culturals.

_Defensar la consecució d'un **increment del percentatge del pressupost** que el Departament de Cultura té en el conjunt del pressupost de la Generalitat amb l'objectiu d'aconseguir que arribi al 2%.

— Cultura ***— Transparència***

_Treballar per mantenir una **major transparència** en els processos d'atorgar ajuts del Departament de Cultura i en general. Intervenir i col·laborar, en els termes que indica la llei, en els ajuts a la creació, a fi d'obtenir el major nivell pressupostari que es pugui i un millor ús dels recursos, avaluant i fent el seguiment dels beneficiaris.

— Auditories ***— Bones pràctiques***

_Donar visibilitat i transparència a les auditories del CoNCA, on es destacaran les bones pràctiques en aspectes de **cohesió social, d'innovació, de creativitat**, d'obertura de noves vies de finançament i de nous públics, per exemple. Això implica que els projectes més rellevants siguin difosos i rebin ajut com a **iniciatives d'excel·lència**.

— Transversalitat ***— Humanisme*** ***— Ciència***

_El CoNCA voldria ser un espai de reflexió que afavoreixi els ponts i la transversalitat entre la cultura humanista i la cultura tecnocientífica. En la perspectiva d'una **cultura cada vegada més policèntrica**, el paradigma digital ha generat nous horitzons intel·lectuals, i la cultura n'ha de ser un contingut substancial.

— Excel·lència ***— Beques***

_Desenvolupar beques que apostin per l'**excel·lència** promovent acords amb els principals centres de formació en arts i cultura a escala internacional. Així mateix cal estudiar la possibilitat d'obrir noves beques per facilitar la presència de **talent internacional** a Catalunya.

— Artista ***— Estatut***

Promoure la redacció d'un Estatut de l'Artista que ajudi a regular: el dret a la llibertat de creació, la protecció dels drets patrimonials, d'imatge i morals derivats de la seva obra, els aspectes jurídics, socials i laborals que garanteixen plenament el reconeixement de la seva condició professional, i les mesures que facilitin la seva necessària mobilitat.

__ Cultura __ Educació

_Dissenyar un full de ruta amb propostes sobre l'àmbit fonamental de relació entre cultura i educació. Promoure la creació del **Consell per a la Cultura i l'Educació**, amb la participació de pedagogs, artistes, programadors, mestres, associacions i responsables educatius dels centres culturals, amb l'objectiu d'estimular projectes culturals adreçats al món educatiu i la presència de representants del món artístic i cultural a les aules. Un objectiu complementari és continuar la tasca de **mediació i interlocució** en diàleg permanent amb els diferents sectors i agents culturals. Seran centrals els conceptes d'interdependència i pluralisme.

__ Educació __ Institut Superior de les Arts

_Contribuir al procés de posar en marxa **l'Institut Superior de les Arts** previst en la Llei d'educació de Catalunya. Aquest Institut s'hauria de fonamentar en la col·laboració entre el Departament de Cultura i el Departament d'Ensenyament, amb la intervenció del CoNCA en atenció a les funcions que el Parlament li encomana en aquest àmbit.

__ Cultura numèrica __ Assessorament

_Tirar endavant, juntament amb l'Institut Català de les Empreses Culturals (ICEC), la creació d'una plataforma d'assessorament i formació de la **cultura numèrica**, amb l'objectiu d'ajudar el sector menys industrialitzat a introduir-se en el **mercat digital**, tant des del punt de vista tecnològic com dels nous models de negoci, de les noves formes de creació, dels nous formats o de l'ampliació de públics.

__ Models que canvien __ Observatori de la cultura

_Impulsar des del CoNCA la constitució dinàmica de **l'Observatori de la Cultura** que tingui com a objectiu la recollida i la sistematització de dades útils i significatives sobre la realitat cultural del país, segons **models de canvi**. És una iniciativa per dur a terme en col·laboració amb altres institucions d'importància: el Gabinet Tècnic del Departament de Cultura, el Centre d'Estudis i Recursos Culturals de la Diputació de Barcelona (CERC), les universitats, els centres d'estudis distribuïts per tot el territori i agrupats dins l'Institut Ramon Muntaner, i fundacions de naturalesa privada, en l'àmbit de les polítiques culturals.

__ Difusió __ Agenda Cultural

_Propiciar, en col·laboració amb els òrgans corresponents del Departament de Cultura, **l'Agenda Cultural renovada i potenciada**, a fi que esdevingui un instrument digital de difusió que, segons el **model 2.0 de**

comunicació, mostri el conjunt de l'oferta cultural, on –entre d'altres– s'anunciïn descomptes i es publiquin entrevistes als creadors i programadors, i crítiques encarregades a experts, intel·lectuals, escriptors i artistes. A la vegada s'assumiria un servei d'assessorament del sector cultural en la **recerca i l'ampliació de públics**, que afavorís l'establiment, amb l'ajut del món mediàtic, d'estratègies d'informació i comunicació per a una presència més gran de la cultura.

ANNEX: DIAGNOSI

DADES POBLACIONALS

Evolució de la població

_Des de l'any 2000 i fins al 2012, la població de Catalunya ha crescut un 20% en valors absoluts, a causa, principalment, de l'arribada de ciutadans estrangers atrets per la bonança econòmica al nostre país al llarg d'una bona part d'aquest període.

_Fins a l'any 2008, aquest increment s'ha nodrit principalment de fluxos migratoris: el 76% dels nous residents procedien de fora del territori català, mentre que l'augment natural de la població només en representava el 24%. Aquesta tendència s'inverteix de manera significativa a partir de l'any 2008, moment en què la crisi econòmica es fa present.

_Al començament del segle XXI els estrangers residents a Catalunya provenien principalment de l'Àfrica, en concret de la zona del Magrib, i a mesura que avancen els anys s'incrementa notablement l'arribada de ciutadans provinents de l'Amèrica Llatina –amb l'Equador, Colòmbia i Perú com a principals països emissors. A partir del 2005 s'accentua la disminució de la població africana resident al nostre país, comença a baixar també la provinent de l'Amèrica Llatina i, per primer cop, els ciutadans del continent europeu, sobretot dels països de l'est d'Europa, són els qui més destaquen entre els col·lectius d'immigrants residents a Catalunya.

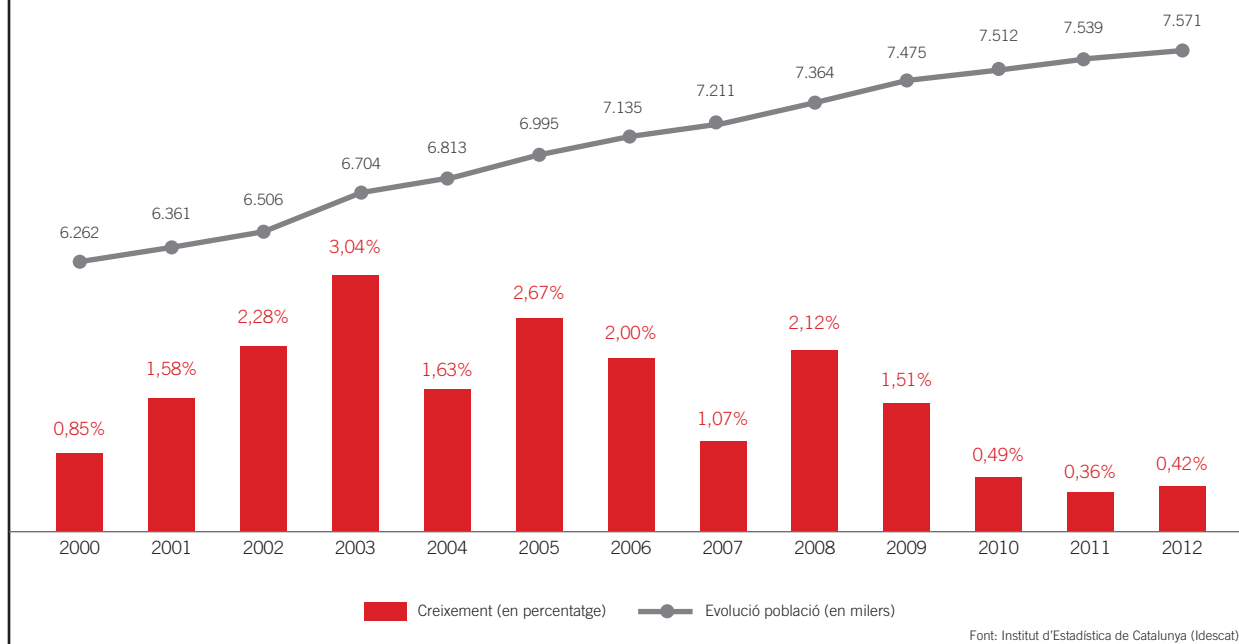
_El repte assumit per les polítiques culturals i lingüístiques del país, referides anteriorment, per incidir en la integració i la normalització dels ciutadans estrangers, ha estat important i especialment rellevant en els casos en els quals l'emigració tenia motius econòmics, de fet la majoria, en tractar-se de col·lectius amb prioritats molt allunyades de les de la societat receptora.

_La gestió d'aquestes polítiques han evolucionat en relació amb l'increment de població forana, que ha passat del 3% l'any 2000 al 16% el 2011, i l'escolarització ha estat un dels factors més efectius per integrar les famílies a la societat catalana, alhora que l'efecte de la immigració en la comunitat catalana ha bastit fonaments per obrir noves expectatives en la consciència social i ha desenvolupat recursos en pro de la convivència intercultural.

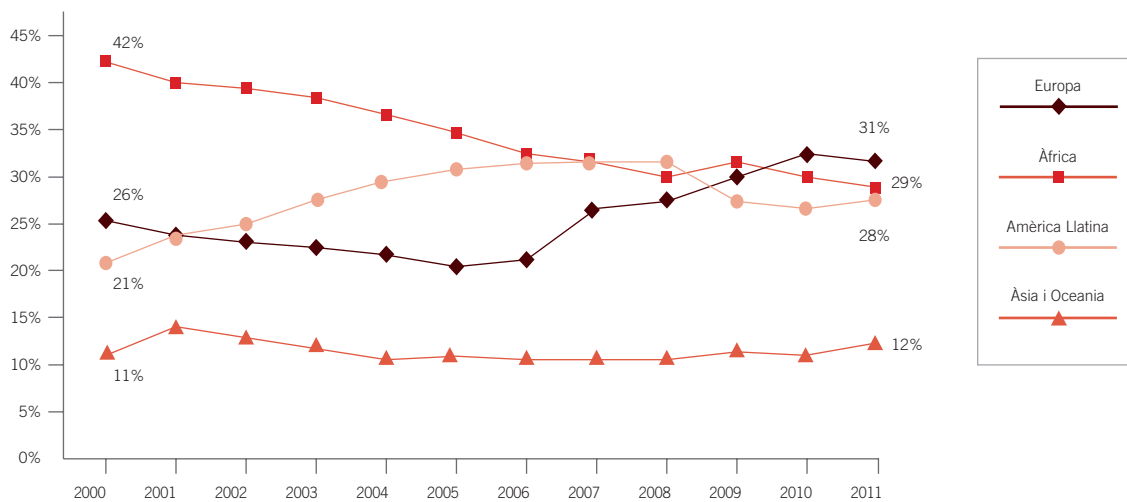
_Catalunya és un territori intercultural, com demostren les 180 llengües que s'hi parlen, i les més habituals després de les pròpies, el català i el castellà, són l'àrab i el romanès.

Evolució de la població de Catalunya.

2000-2012



Evolució de la població immigrada resident a Catalunya segons lloc de procedència. 2000-2011



— Densitat poblacional

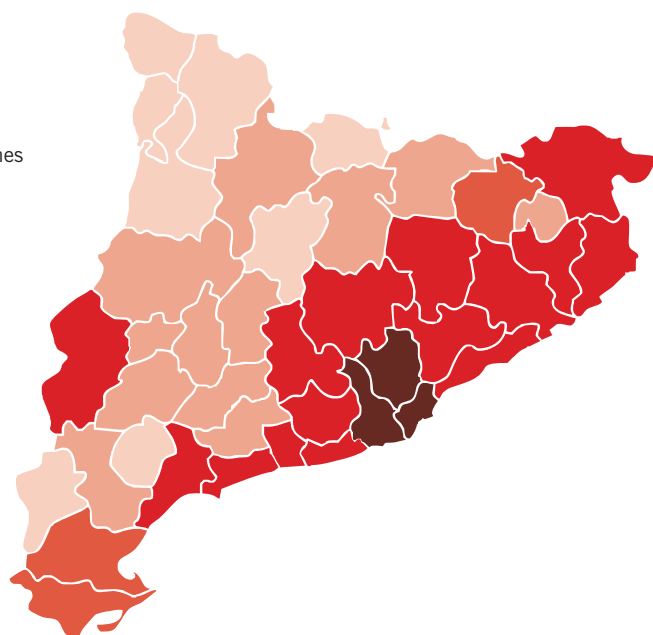
_La densitat de població a Catalunya és de gairebé 236 hab./km² però amb una distribució territorial diversa. La concentració de població més elevada es dona a la zona costanera, concretament al Barcelonès, amb una densitat de més de 15.000 hab./km². La segueixen, per densitat, les comarques del Baix Llobregat i del Vallès Occidental, amb més de 1.500 hab./km² cadascuna. A l'extrem oposat se situen les comarques de l'Alta Ribagorça i del Pallars Sobirà, que no arriben als 10 hab./km².

_Una conseqüència de la distribució no uniforme de la població és la necessitat lògica d'invertir més en cultura on hi ha més població, alhora que la llunyania i la dificultat d'accés a les propostes culturals de les zones menys poblades obliguen a fer més esforços per concedir igualtat de possibilitats a tots els ciutadans, sigui quin sigui el lloc on resideixin.

Densitat de població de les comarques catalanes segons nombre d'habitants. 2012

Densitat de població de les comarques catalanes
Xifres absolutes de població - Any 2012

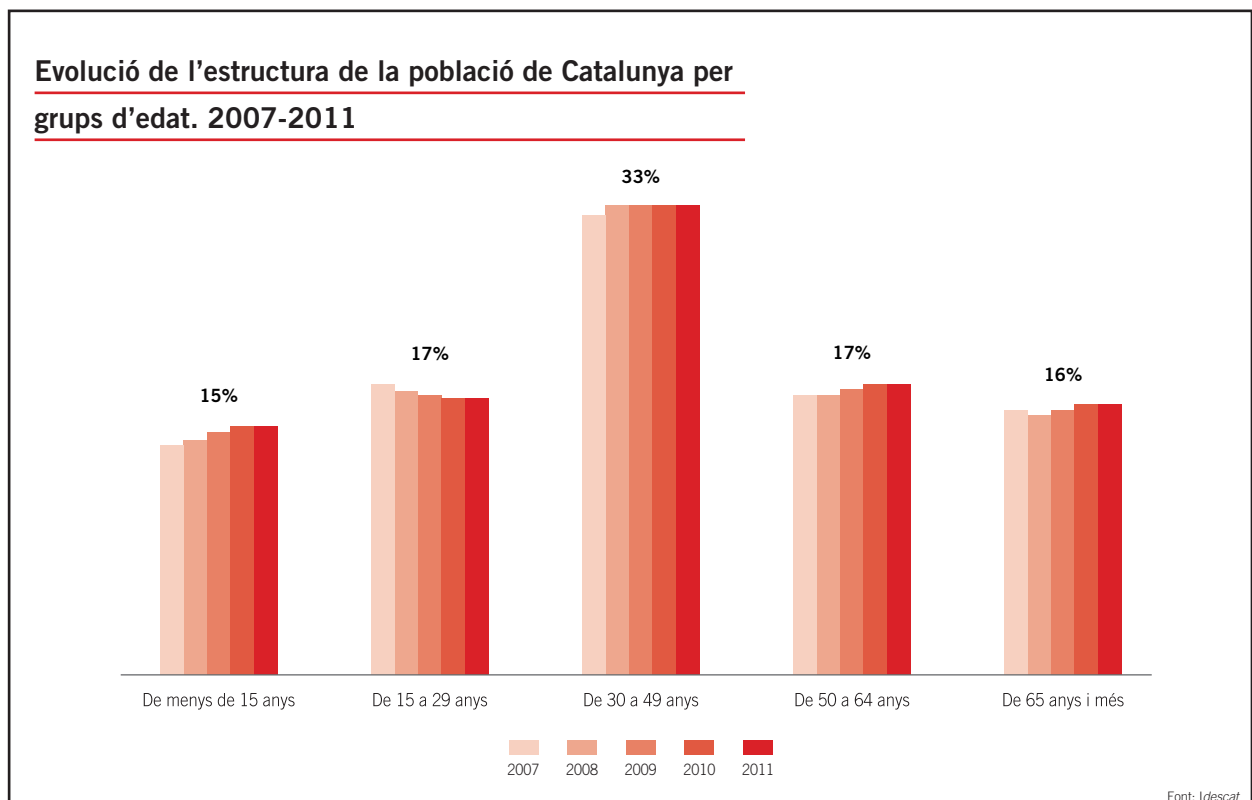
- De 1.000 a 20.000 hab.
- De 20.000 a 50.000 hab.
- De 50.000 a 100.000 hab.
- De 100.000 a 500.000 hab.
- Més de 500.000 hab.



Font: Elaboració pròpia a partir de dades d'Idescat

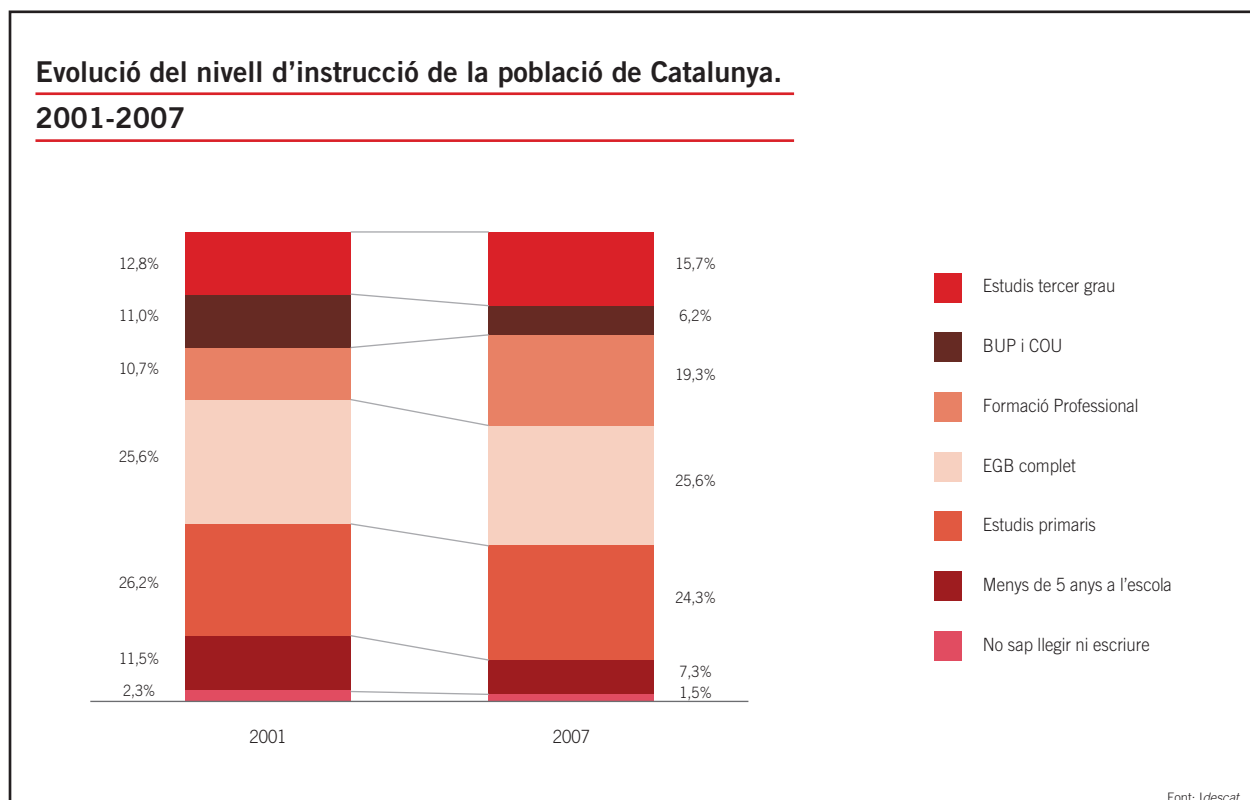
Estructura poblacional per edats

_Prop del 70% dels catalans estan en la franja d'edat que es podria considerar població activa (entre 16 i 65 anys), mentre que el 30% restant formarien part de les anomenades *classes passives*, els de menys de 16 anys i els més grans de 65.



Nivells educatius

En sis anys ha disminuït significativament el percentatge de ciutadans que no tenen cap tipus de titulació acadèmica. Només el 8,8% de la població de més de 10 anys no té el títol de primària. Cal destacar l'important increment de titulats en formació professional (proper al 20%) i la disminució dels titulats en BUP i COU en favor dels que han finalitzat estudis superiors universitaris.



EL PES ECONÒMIC DE LA CULTURA

Volum econòmic dels sectors culturals

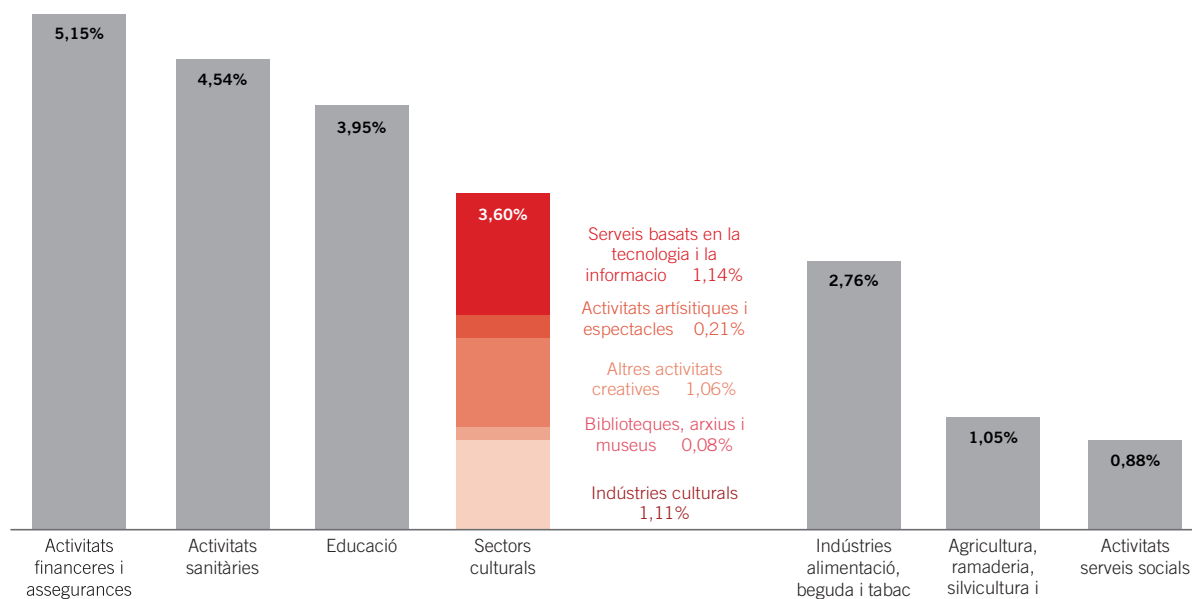
_ L'any 2008, la cultura a Catalunya va generar 6.673 milions d'euros de VAB, que representa un 3,6% del VAB total català. Amb aquesta valoració, el VAB cultural se situa molt per sobre d'altres sectors, com ara els serveis socials (0,88%), el sector primari (1,05%) o la rellevant indústria d'alimentació, begudes i tabac (2,76%). Els serveis educatius, les activitats sanitàries i les activitats financeres i d'assegurances, entre d'altres, superen el VAB cultural.

_ El 39% del VAB cultural català és obtingut per les activitats considerades tradicionalment dintre del sector cultural –indústries culturals, biblioteques, arxius, museus, activitats artístiques i producció d'espectacles–, un 29% correspon a activitats creatives varies que inclouen publicitat, disseny especialitzat i serveis tècnics d'arquitectura i, finalment, el 32% fa referència a serveis basats en la tecnologia i la informació.

_ En l'anàlisi, encarregada anualment pel Gabinet Tècnic del Departament de Cultura a BCF Consultors, de l'evolució del VAB de sis àmbits de la cultura –els sectors de l'audiovisual, les arts escèniques, el llibre, la premsa, els fonogrames i les galeries d'art–, s'estima que l'any 2009 la cultura va generar prop de 1.400 milions d'euros de VAB, xifra que representa un 0,76% del VAB català d'aquell any. Aquest resultat és el més baix des del 2002, any en què el sector cultural va generar 1.435 milions d'euros de VAB, que representaven l'1,09% del VAB total català.

_ En valors absoluts, el VAB dels sectors culturals va experimentar un creixement important en valors absoluts a partir del 2001, fins a situar-se en el nivell màxim l'any 2005. A partir d'aquell moment es va reduir progressivament fins a perdre un 12,4% del seu valor absolut els darrers cinc anys analitzats.

Comparació del VAB cultural amb el d'altres sectors econòmics. 2008



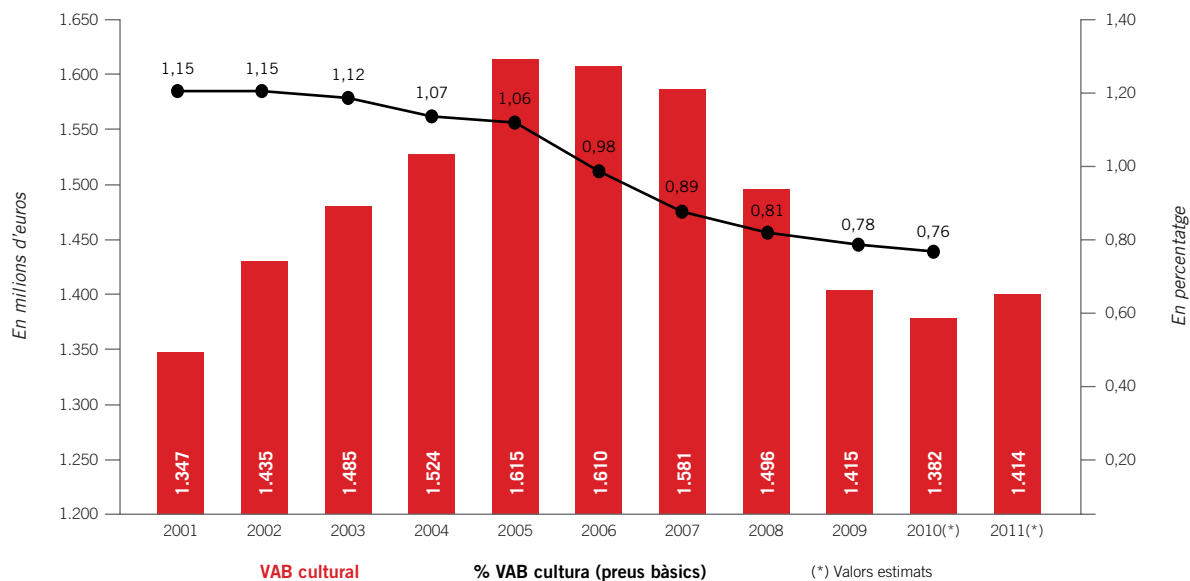
Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Gabinet Tècnic del Departament de Cultura i l'Idescat.

_Percentualment el VAB cultural respecte al VAB total de l'economia catalana s'ha anat reduint any rere any. Això només s'explica pel fet que el creixement global de l'economia ha estat superior al vigor econòmic demostrat pel sector cultural. La realitat és que l'estancament del sector cultural va començar a manifestar-se l'any 2006, per tant amb anterioritat al que va experimentar el conjunt de l'economia a partir del 2008. Possiblement en aquesta desacceleració avançada han influït dos aspectes importants: la crisi de model de negoci que pateixen la major part de les indústries culturals lligades a continguts digitals, bàsicament el dels fonogrames, cinema i llibre; i, en un altre sentit, la dificultat de molts dels actors del sector (creadors, entitats o petites empreses) per assolir i/o consolidar un nivell de gestió de l'activitat més professionalitzada.

_Pel que fa a l'evolució del valor d'alguns sectors culturals, cal destacar que, l'any 2002, el sector de l'audiovisual va superar per primer cop en volum de VAB el sector del llibre, i des d'aquell any ha estat liderant els sectors culturals en volum econòmic. Per valorar correctament aquesta dada, s'ha de tenir en compte que un 25% del VAB d'aquest sector prové del sector públic –televisió i ràdio públiques.

Evolució del VAB dels sectors culturals.

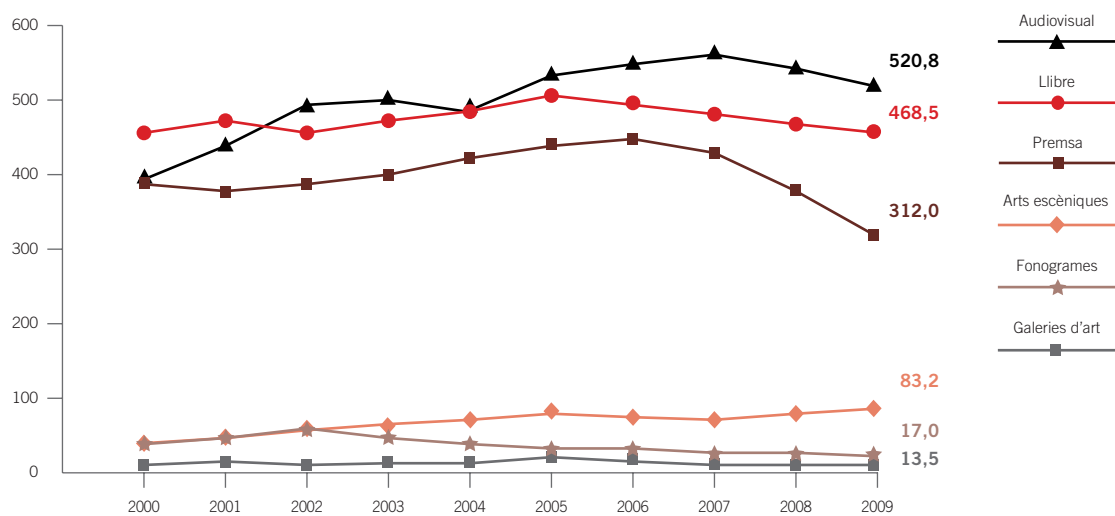
2001-2011



Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Gabinet Tècnic del Departament de Cultura i l'Idescat

Evolució del VAB en diferents sectors culturals.

2000-2009 (en milions d'euros)

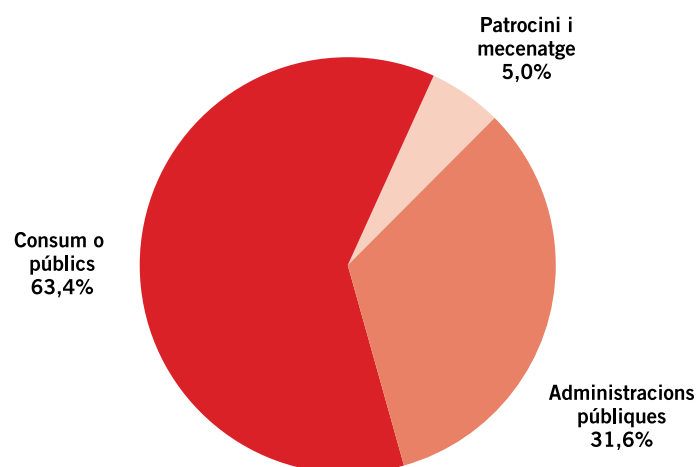


Font: Gabinet Tècnic del Departament de Cultura

El finançament de la cultura

Hi ha tres grans models de finançament de la cultura, el que es basa en el pressupost públic, el que es basa en el mecenatge o patrocini i, finalment, el basat en el consum o el públic. És molt habitual que els projectes culturals no es limitin a utilitzar un únic model i els recursos vinguin de models diversos, però el repartiment dels recursos disponibles entre aquests models és el següent: el 63,4% dels recursos econòmics disponibles en el sector cultural provenen de la despesa que els ciutadans fan en cultura i oci, el 5%, del patrocini i del mecenatge, i el 31,6%, dels recursos públics aportats per les administracions.

Repartiment de la procedència dels recursos del sector cultural segons model de finançament. 2010



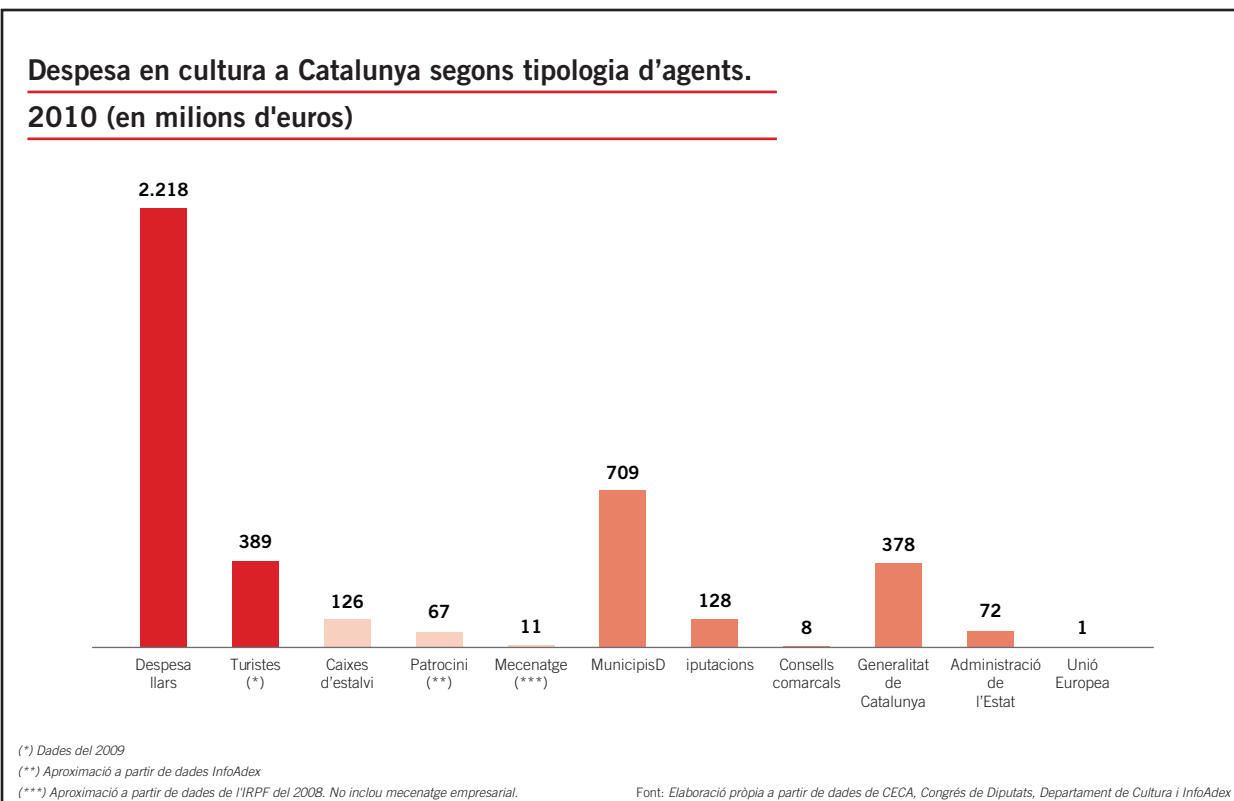
Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Gabinet Tècnic del Departament de Cultura, CECA i InfoAdex

_ Del finançament via consum o públics cal destacar la despesa que fan les llars catalanes, que representa el 85% dels 2.606 milions d'euros provinents d'aquest model, mentre que el 15% restant prové de la despesa cultural realitzada pels turistes a Catalunya.

_ Una altra font de recursos privats són els procedents del mecenatge i el patrocini. És difícil disposar de dades corresponents al patrocini perquè es dilueixen en la partida de publicitat del compte de resultats de les companyies que el practiquen; tot i així es pot estimar, a partir de les dades publicades de despesa realitzada en actes de patrocini, mecenatge, màrqueting social i responsabilitat social corporativa (RSC), que la despesa en aquest concepte per a cultura representa un 32% de la despesa total en aquest model. Pel que fa a les dades del mecenatge, només es coneixen les vinculades a l'impost de la renda de les persones físiques (IRPF), amb una aportació del 5,4% del total

del model –segurament amb les dades de l'impost de societats aquesta quantitat variaria substancialment. D'altra banda, sí que es disposa de les aportacions de les caixes d'estalvi al sector de la cultura, que suposen el 62% de les aportacions en aquest model.

_ Finalment, les aportacions públiques estan liderades per les administracions locals –municipis, diputacions provincials i consells comarcals–, que aporten el 65% dels recursos públics a la cultura. La Generalitat de Catalunya aporta el 29,2% de la despesa total pública, mentre que els recursos provinents de l'Estat representen un 5,6%, i els de la Unió Europea, només un 0,1%.



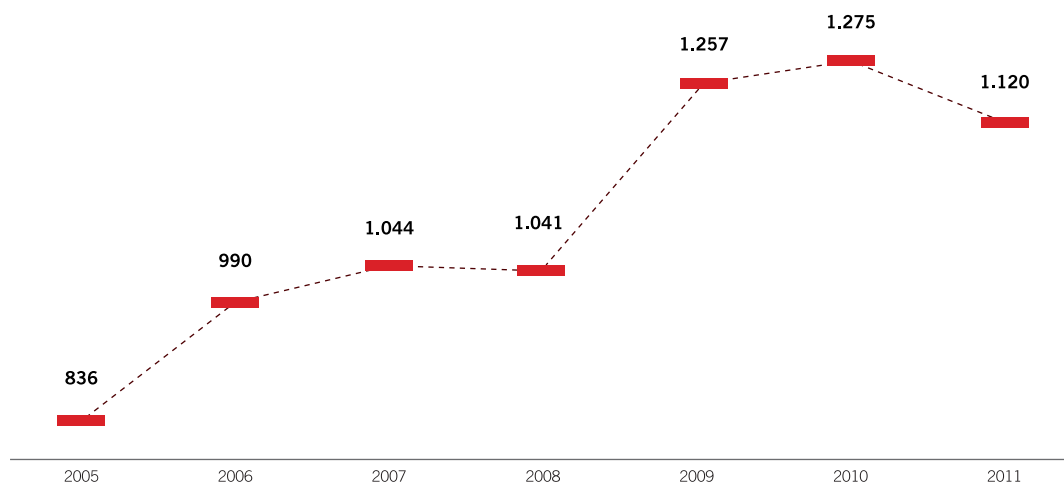
Despesa pública en cultura

Catalunya va experimentar entre 2005 i 2009 un important creixement de la despesa pública en cultura. Els 836 milions d'euros que totes les administracions públiques amb competències culturals a Catalunya van destinar al sector cultural l'any 2005, l'any 2009 van augmentar fins als 1.257 –un creixement del 50% de la despesa en quatre anys. Aquesta tendència es va estabilitzar l'any 2010, per començar a disminuir a partir de l'any 2011, quan la despesa pública va retrocedir un 12% respecte de l'any anterior. Amb tota seguretat aquesta tendència es veurà encara més agreujada quan es disposi de les dades definitives de l'any 2012.

Els ajuntaments són els que aporten més diners al sector cultural català –els consistoris catalans assumeixen un 54% de la despesa pública total en aquest àmbit–; la Generalitat de Catalunya, gairebé un 30%; les diputacions i els consells comarcals en destinen un 11%, i les aportacions nominatives del Govern central no superen el 6%. Aquestes proporcions no han variat substancialment els cinc anys analitzats.

Més enllà del volum global de despesa realitzada, el percentatge sobre el pressupost total que cada nivell d'administració destina a cultura és un bon indicador del seu esforç envers la cultura. Les diputacions són els organismes públics que destinen un percentatge més elevat del seu pressupost a la despesa cultural, que supera el 12%, seguit dels ajuntaments, que gairebé en destinen el 7%. Molt enrere queda el percentatge destinat per la Generalitat de Catalunya, que ben just supera l'1,3% del pressupost total.

**Evolució de la despesa pública en cultura a Catalunya.
2005-2011 (en milions d'euros)**



Font: Gabinet Tècnic del Departament de Cultura

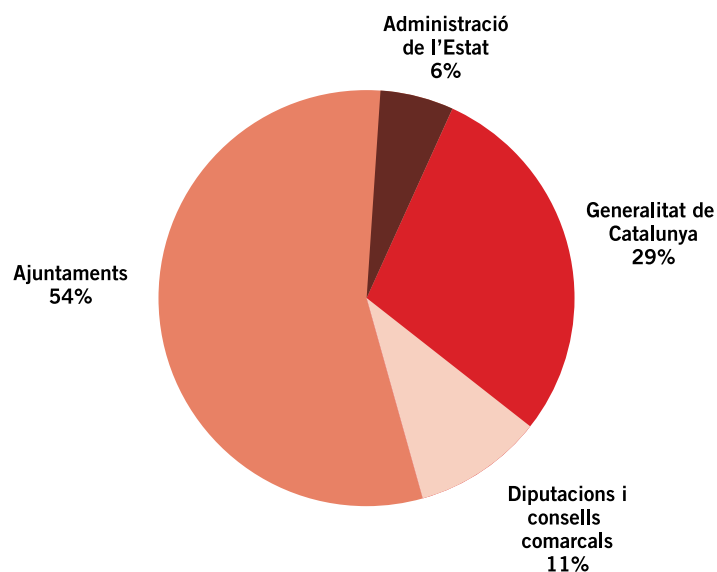
_Les grans diferències administratives i d'organització territorial existents entre països del continent europeu fan difícil la comparació de la participació en cultura de les diverses administracions. Tot i aquesta dificultat, és fàcil comprovar que als països de model escandinau la participació de l'Estat en la cultura és més elevada que la del sud d'Europa, on els municipis tenen més pes.

_El repartiment de responsabilitats econòmiques envers la cultura dels diferents nivells d'administracions a Catalunya i a Espanya és molt similar: forta contribució de l'Administració local, seguida de les administracions autonòmiques –que en la majoria dels casos tenen transferides les polítiques culturals–, i en darrer lloc se situa la contribució de l'Estat central.

Despesa municipal en cultura a Catalunya

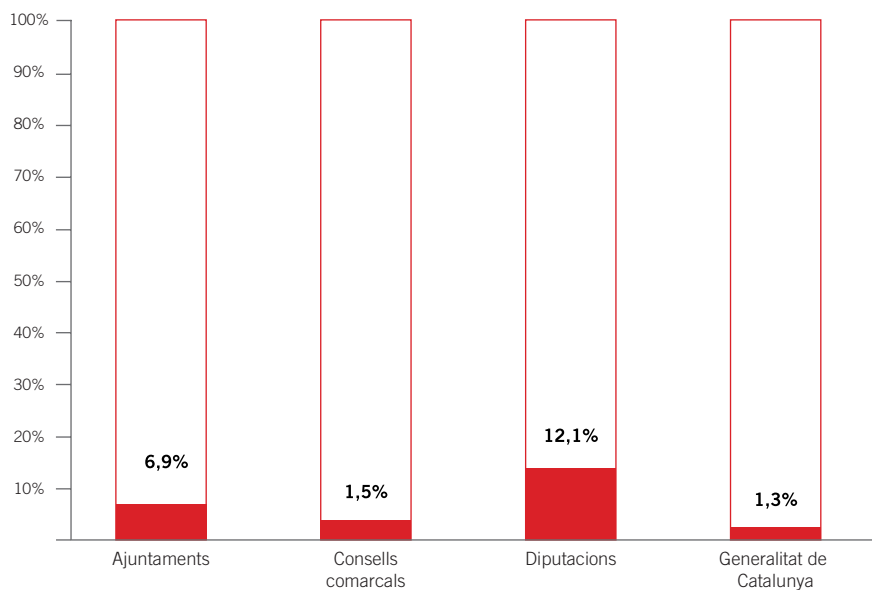
_Els municipis són un puntal important per a la cultura del nostre país. En la despesa cultural d'aquests ens locals es produeixen diferències segons la dimensió i, en aquest sentit, cal destacar que són els municipis més petits –els que tenen menys de 50.000 habitants– els que van fer més despesa en cultura per habitant, en concret 114 euros/hab. l'any 2010. Per valorar correctament aquestes xifres, s'ha de tenir en compte que l'increment de població entre l'any 2005 i el 2010 ha estat més important als municipis de menys de 50.000 habitants, un 11,7%, mentre que la població dels municipis de més de 50.000 habitants només ho ha fet un 4%.

Repartiment de la despesa pública en cultura per nivell d'administració. 2011



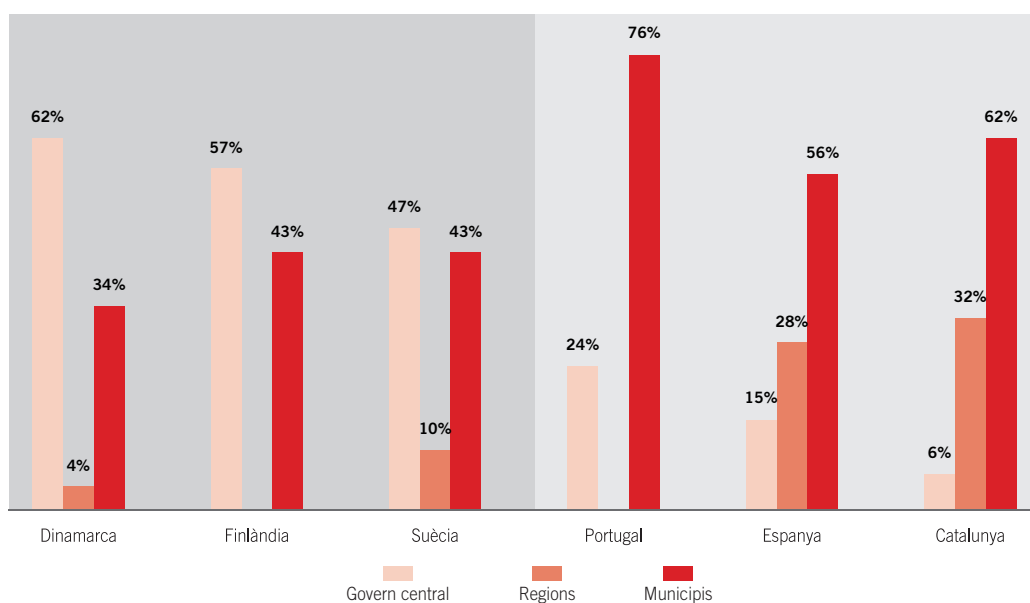
Font: Gabinet Tècnic del Departament de Cultura

**Percentatge del pressupost destinat a cultura
per les administracions catalanes. 2010**



Font: Elaboració pròpia

**Comparació de la despesa en cultura per nivell
d'administracions de diversos països europeus. 2005**



Font: Gabinet Tècnic del Departament de Cultura

Despesa per programes

La major part del diner públic destinat a cultura es dedica a promoció i acció cultural (el 50% de la despesa total en cultura), seguit de les biblioteques i arxius (18%) i museus (14%). Es destinen menys recursos a arqueologia i a patrimoni (5%) o a normalització lingüística (3%).

Per tipologia d'administració, destaca que la Generalitat i els ajuntaments són les que destinen un percentatge més elevat de la seva despesa cultural a programes de promoció i acció cultural, mentre que les diputacions i els consells comarcals assumeixen la despesa destinada a biblioteques i arxius. Totes les administracions dediquen un percentatge similar de recursos a museus, però són les diputacions les que destinen el percentatge més alt a arqueologia i patrimoni. Només la Generalitat té una partida significativa pel que fa a la normalització lingüística. Respecte al cost dels serveis generals, les diputacions suporten el percentatge més baix d'aquest tipus de despesa.

Despesa pública en cultura per habitant

L'any 2011 el conjunt de les administracions catalanes van destinar a cultura 149 euros/hab., amb un increment considerable respecte als 119 euros de l'any 2005.

Si es compara aquest indicador a Catalunya amb el d'altres països europeus, s'observa que les administracions a Catalunya fan una despesa cultural per habitant superior a la realitzada per altres països del marc mediterrani, com és el cas d'Itàlia i Portugal, però molt similar a l'espanyola. En el cas dels països centreeuropeus, com els Països Baixos, la despesa és superior, i destaca la curiosa excepció d'Alemanya, que destina menys diners per càpita a cultura que alguns països del sud d'Europa. Els països escandinaus, amb Noruega al capdavant, són els que fan una major despesa per habitant, a molta distància de la resta de països europeus.

Despesa en cultura per habitant dels municipis catalans

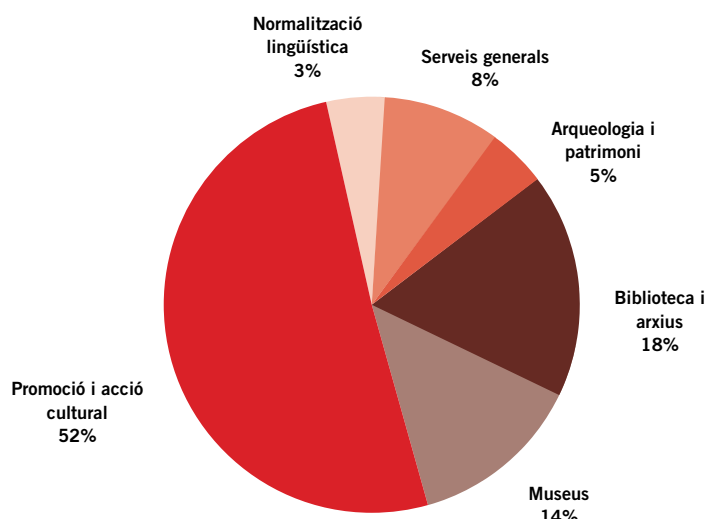
segons la dimensió. 2005-2010



Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Departament de Cultura i l'Idescat

Repartiment de la despesa pública en cultura a Catalunya

segons programa. 2010



Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Gabinet Tècnic del Departament de Cultura

Ajuts a tercers (subvencions) del Departament de Cultura

El Departament de Cultura durant l'any 2012 ha previst 163 milions d'euros per ajuts a tercers, un 83% destinats a donar suport a activitats culturals (135 milions d'euros de transferències corrents o capítol IV) i el 17% restant, a equipaments (28 milions d'euros de transferències de capital o capítol VII).

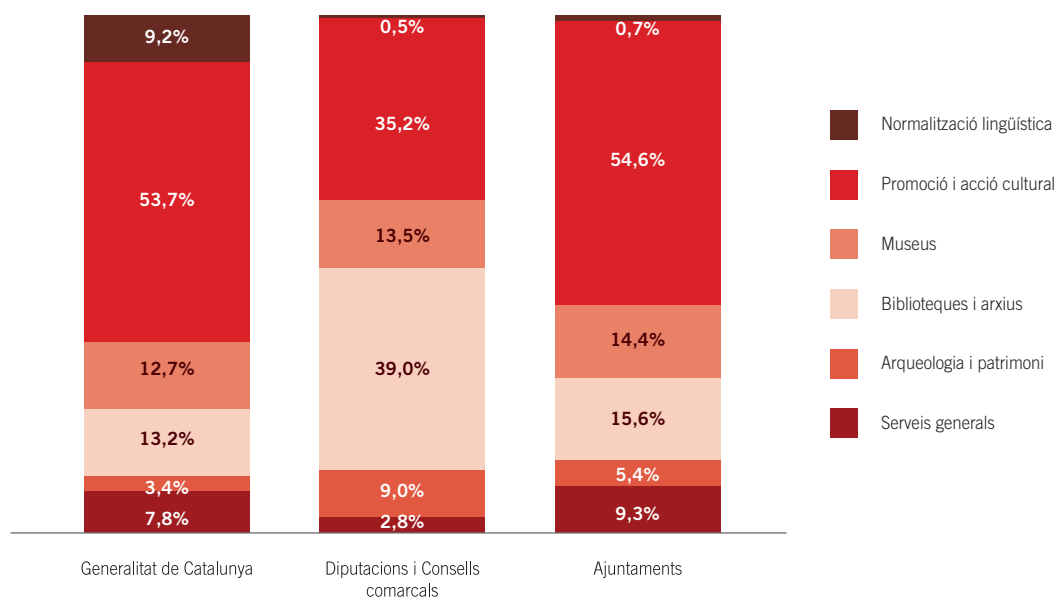
Els darrers cinc exercicis pressupostaris, la partida per a subvencions del Departament de Cultura ha disminuït un 18,3%. Aquesta caiguda ha arribat al 37,2% en els ajuts a inversions, mentre que en els ajuts per activitat ha estat d'un 12,8%. Si es confirma el pressupost del 2012, serà l'any en què hi haurà una reducció superior d'aquesta partida respecte de l'any anterior, fins a un 9,1%.

Aquesta reducció és més accentuada si es tenen en compte les transferències realitzades als principals equipaments culturals de Catalunya. En aquest cas la

reducció acumulada els cinc períodes analitzats ha estat de més del 30%, amb retallades interanuals que superen el 8%, que l'any 2011, respecte del 2010, van arribar al 15%. Aquesta reducció ha provocat que el pes específic de les transferències rebudes per aquests equipaments respecte al volum econòmic global que el Departament de Cultura ha disposat en els capítols IV i VII, hagi passat del 38% l'any 2008 al 32% l'any 2012.

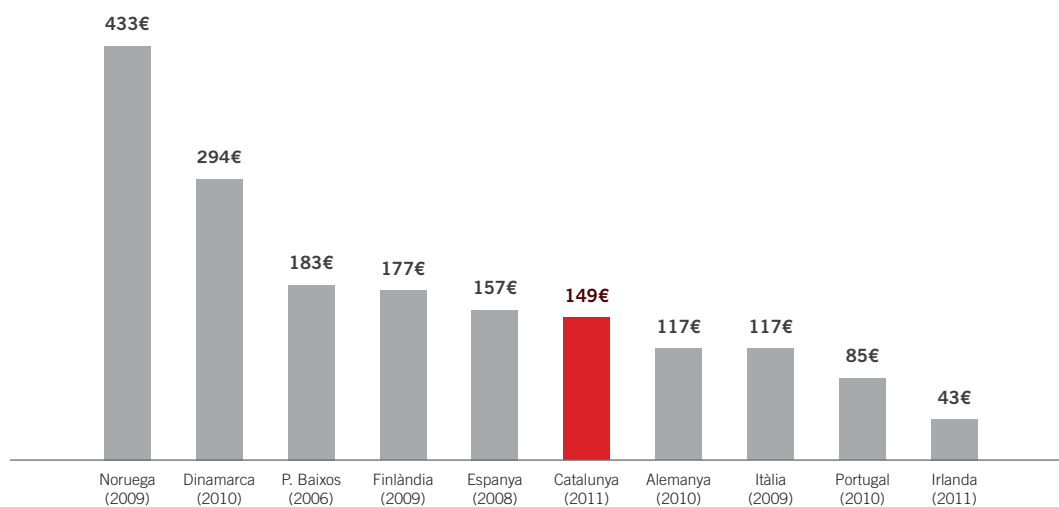
Comparant el comportament de diferents departaments de la Generalitat de Catalunya en la utilització d'ajuts a tercers com a eina política, es pot observar que el Departament d'Agricultura, Ramaderia, Pesca, Alimentació i Medi Natural destina una quantitat similar d'ajuts a tercers a la destinada per Cultura però, en el cas d'Agricultura, les transferències de capital tenen més pes, amb un 76% del total dels ajuts, enfront dels ajuts per activitat. Altres departaments amb competències sobre serveis directes als ciutadans, com són els casos d'Ensenyament i de Benestar Social i Família, disposen de pressupostos molt més elevats per al capítol IV.

Repartiment de la despesa pública en cultura segons programa i administració. 2010



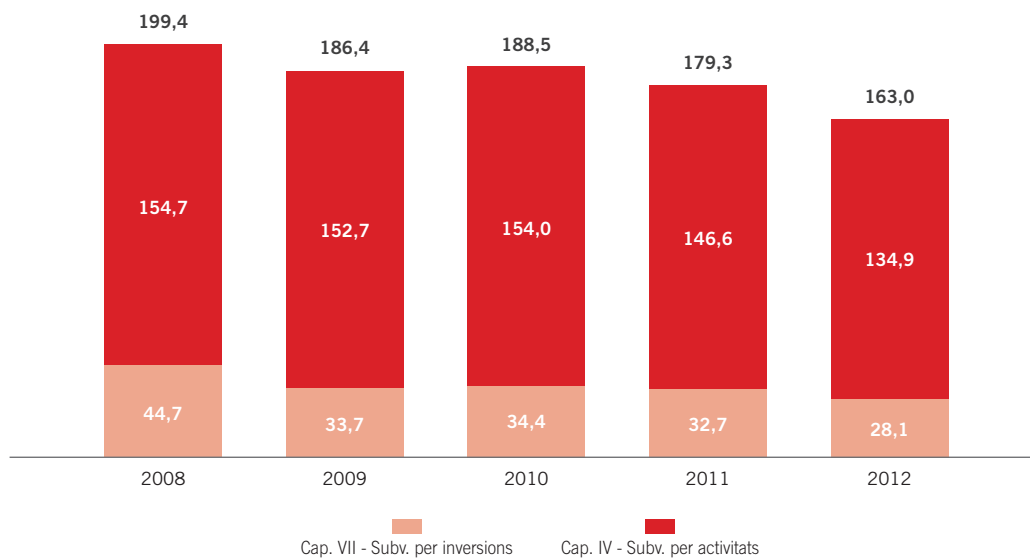
Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Gabinet Tècnic del Departament de Cultura

Comparació de la despesa en cultura per habitant entre diversos països europeus



Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Gabinet Tècnic del Departament de Cultura i "Compendium Cultural Policies and Trends in Europe"

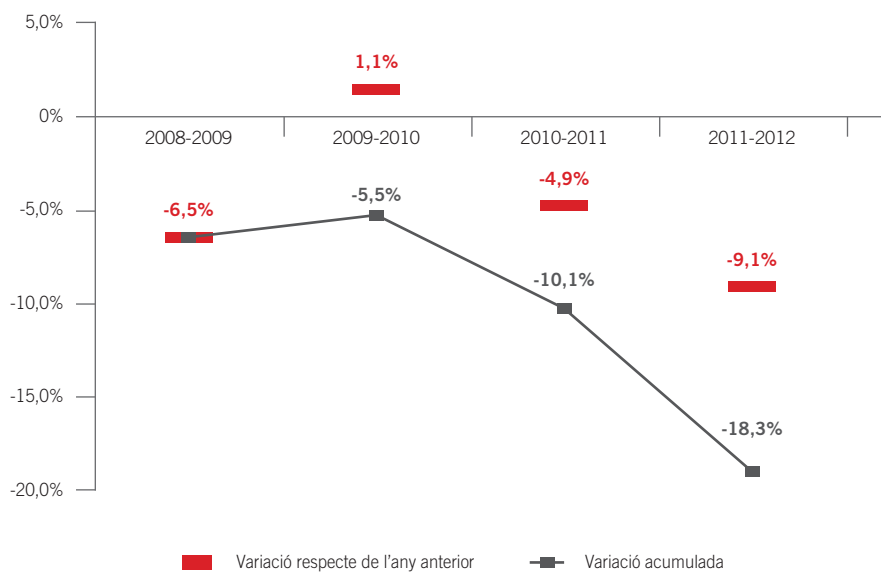
Evolució dels capítols IV i VII del pressupost del Departament de Cultura. 2008-2012 (en milions d'euros)



Nota: Les dades de l'any 2012 són de pressupost aprovat. La resta fan referència al pressupost executat.

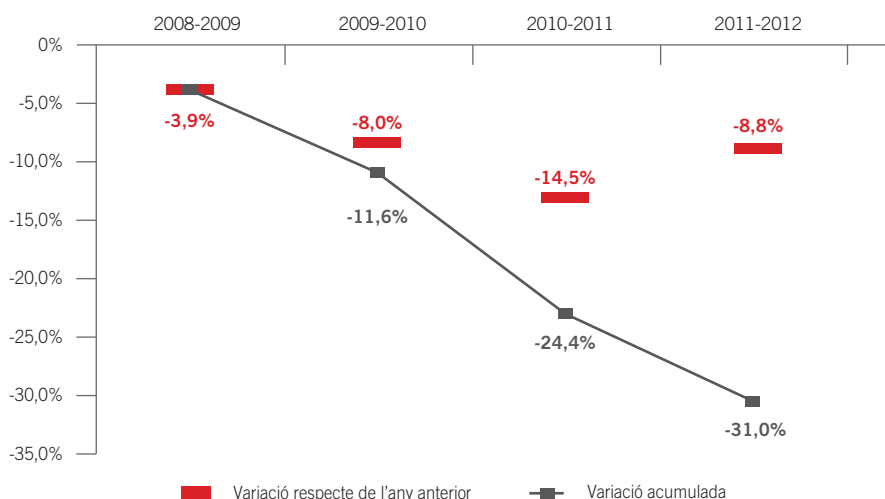
Font: Memòries del Departament de Cultura i pressupostos de la Generalitat de Catalunya

Variacions interanuals dels capítols IV i VII del pressupost del Departament de Cultura. 2008-2012



Font: Elaboració pròpia a partir de la memòria del Departament de Cultura i dels pressupostos de la Generalitat de Catalunya

Variacions interanuals de les transferències corrents per activitat del Departament de Cultura als principals equipaments culturals de Catalunya. 2008-2012



Nota: S'ha considerat la Biblioteca de Catalunya, el Gran Teatre del Liceu, l'Auditori i OBC, el Mercat de les Flors, el MACBA, el MNAC, el Mnactec, el Museu d'Arqueologia, el TNC i la Fundació Teatre Lliure.

Font: Elaboració pròpia a partir de la memòria del Departament de Cultura i dels pressupostos de la Generalitat de Catalunya

El finançament privat de la cultura

El paper del mecenatge i del patrocini

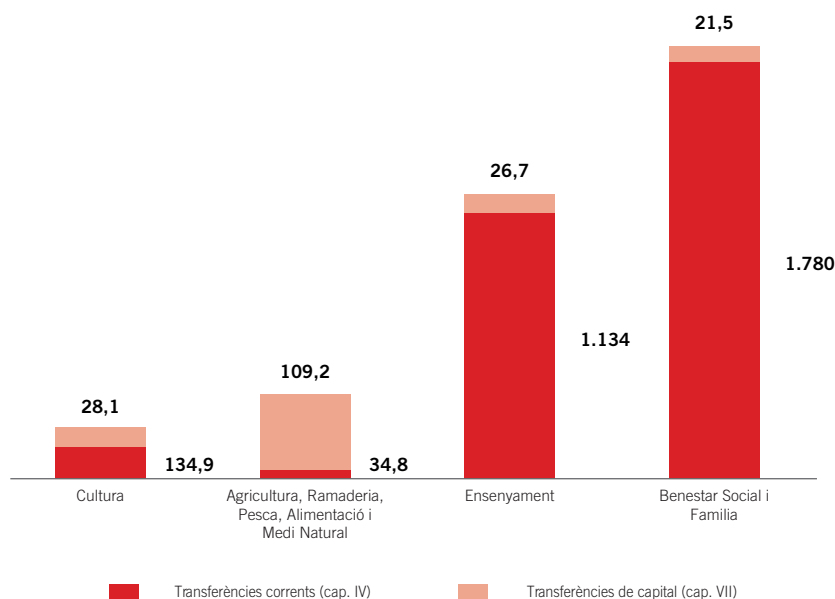
No hi ha dades del conjunt de Catalunya del volum de diners aportats via mecenatge a aspectes culturals. A Espanya, les dades obtingudes de l'IRPF indiquen que l'any 2004 unes 345.000 persones van fer donació per un valor de 134 milions d'euros, quantitat que l'any 2008 es va reduir a 44 milions d'euros, aportats per 146.000 persones.

L'actual situació legal i els avantatges fiscals del mecenatge al nostre país difereixen de manera significativa als de països del nostre entorn. Mentre que a Espanya les deduccions per mecenatge són del 25%

per a persones físiques i del 35% per a persones jurídiques, a França la modificació legal de l'any 2003 va incrementar aquestes deduccions fins a situar-les entre el 60% i el 70%. Aquesta modificació legislativa va comportar que les donacions al país veï s'incrementessin dels 1.000 milions d'euros l'any 2005 als 2.500 milions d'euros el 2008.

Quant al patrocini, segons InfoAdex, a Espanya es mouen 1.000 milions a l'any en activitats de patrocini. La meitat d'aquest import es destina a activitats esportives, mentre que el patrocini cultural i social es reparteix l'altra meitat, i correspon al sector de la cultura una xifra de patrocini d'entre 60 i 100 milions. El mateix estudi estima que dintre del volum total espanyol, Catalunya representa entre el 25 i el 30%.

Volum dels ajuts a tercers de diferents departaments de la Generalitat de Catalunya. 2012 (en milions d'euros)



Font: Pressupostos de la Generalitat de Catalunya

Aportacions de l'obra social de les caixes d'estalvi

_Les caixes d'estalvi catalanes l'any 2010 van destinar gairebé 558 milions d'euros a les seves obres socials. El 22,5% d'aquest import, que representa més de 125 milions, se'l van emportar els programes culturals, el temps lliure i el patrimoni històric i artístic.

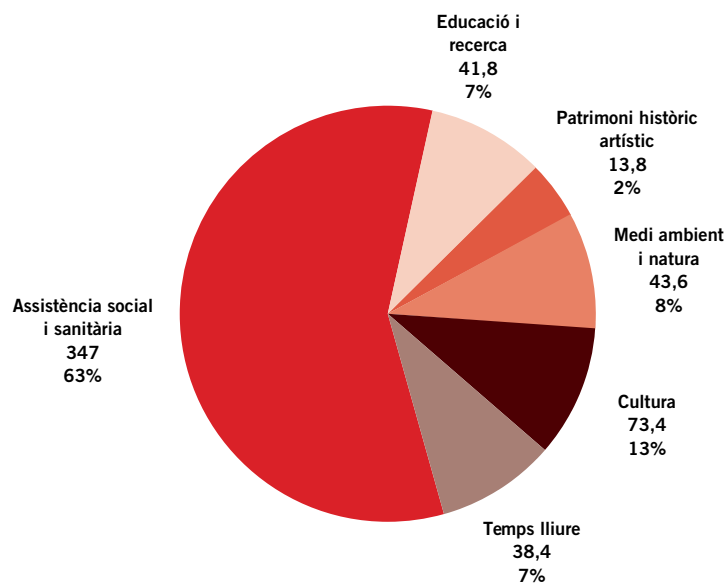
_El canvi en el mapa financer del país ha comportat una reducció molt significativa del nombre d'entitats. De les deu caixes d'estalvi que tenien la seu central a Catalunya l'any 2007, tres anys després només en quedaven cinc. Els processos de fusió i integració que hi ha en marxa farà que en un any només en quedin dues, i una d'aquestes intervinguda.

_L'entitat que en volum global va destinar més diners a programes culturals durant el 2010 va ser la Caixa,

però Caixa Laietana i Caixa Penedès van ser les que van destinar un percentatge més elevat del seu pressupost total de l'obra social a programes culturals, entre el 70% i el 80% de la despesa total de l'obra social. En un segon nivell estan Catalunya Caixa i Unnim, que van destinar, més o menys, la meitat de la despesa realitzada per la seva obra social a temes culturals. Finalment, la Caixa només va destinar el 17% a temes culturals, però en valors absoluts la despesa realitzada en cultura per aquesta entitat financera va duplicar el valor total de les altres quatre caixes juntes.

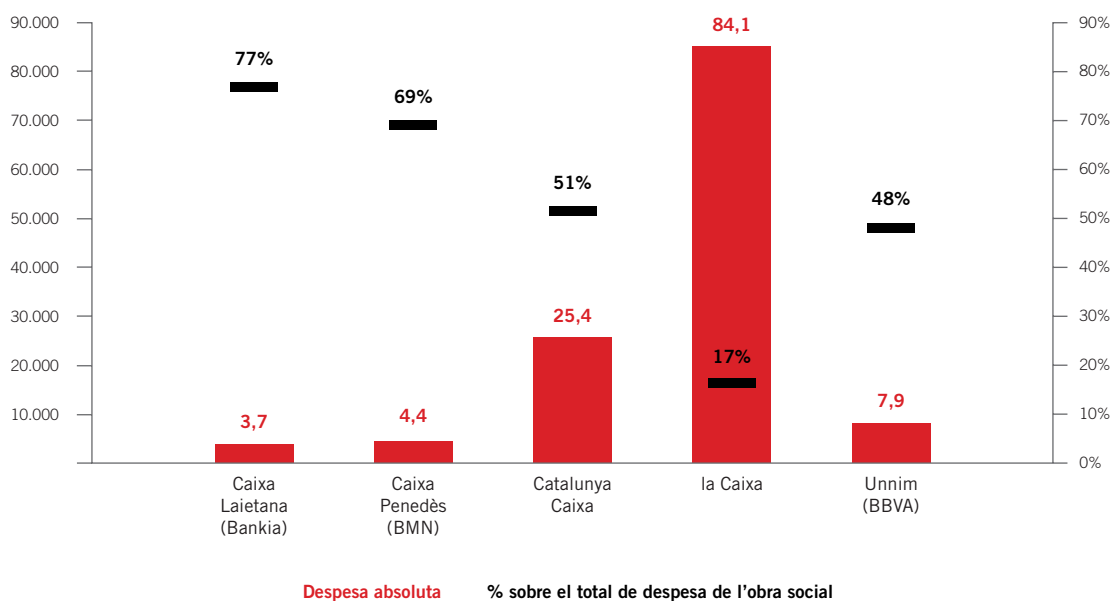
_Malgrat la reducció del nombre d'entitats, l'import global destinat a les obres socials per les caixes catalanes no va patir variació entre l'any 2007 i el 2010, i va superar en ambdós anys els 550 milions. Per contra, els imports destinats a activitats culturals sí que van patir una reducció significativa del 28%, i van passar dels 174 milions l'any 2007 als 125 milions el 2010, mentre que el programa d'assistència social i sanitària és el que es va incrementar més, un 19% en aquests tres anys.

Despesa de l'obra social de les caixes catalanes segons programes.
2010 (en milions d'euros i percentatge)



Font: Confederación Española de Cajas de Ahorros (CECA)

Despesa en cultura, temps lliure i patrimoni de les obres socials de les caixes catalanes. 2010 (en milions d'euros)



Font: CECA

_D'altra banda, els centres culturals dependents de les caixes es va reduir un 31% durant aquest període, de 176 a 122, i el nombre d'activitats culturals promogudes es van reduir un 5%, de 22.867 a 21.805 activitats.

_S'haurà de veure què passa en el futur amb aquests imports de les obres socials, ja que Unnim i Caixa Penedès han estat absorbides per bancs, que no tenen obligació legal de mantenir l'obra social, Catalunya-Caixa està intervinguda per l'Estat i Caixa Laietana està integrada en un grup financer, també intervingut per l'Estat, resultat de la fusió de diverses caixes provinents d'altres territoris de l'Estat. Aquest panorama ens deixa una situació d'incertesa, i és molt possible que només la Caixa continuï invertint en programes culturals des de la seva Obra Social.

_El micromecenatge

_El micromecenatge (*crowdfunding*) és una pràctica que s'ha desenvolupat considerablement els últims temps. La reducció de subvencions i de finançament en general ha portat molts projectes a provar en aquest camp i a sol·licitar ajuda econòmica a través de plataformes virtuals com Verkami o Goteo. Es tracta majoritàriament de projectes de baix pressupost i/o de cultura de base que es visibilitzen gràcies a la suma de les petites aportacions de donants particulars. El sentit comunitari, induït per l'ús d'Internet, que fonamenta el sistema, està impulsant una xarxa social participativa fins ara inexistent, que consolida un nou model de finançament alternatiu.

_En dos anys d'existència, Verkami ha publicat 900 projectes, amb una taxa d'èxit del 70%, ja que 624 projectes han aconseguit finançament.

MERCAT

_ Escoltar música i llegir llibres són dos dels consums culturals més habituals entre els catalans: el 92% de la població declara que escolta música habitualment, mentre que el 61% reconeix que ha llegit almenys un llibre els darrers dotze mesos.

_ La resta d'activitats culturals són menys practicades, tot i que més del 30% de catalans declaren que van al cinema, a concerts i a exposicions. Pel que fa a l'assistència a espectacles escènics i a la utilització de videojocs, el consum se situa per sota del 30% de la població.

_ De l'any 2008 al 2011 el consum cultural dels catalans ha augmentat en tots els àmbits amb excepció del cinema, amb una reducció molt lleugera de la quota de consumidors en sala. És remarcable l'increment de l'ús dels videojocs, de gairebé un 12% en quatre anys, encara que, molt possiblement, si s'incloués la població de menys de 14 anys en l'estadística el percentatge augmentaria. L'augment de la resta de consums se situa entre el 4 i el 6,5%.

_ Els catalans tenen més tendència a consumir cultura de manera individual que no pas col·lectiva: el 95% escolten música, llegeixen llibres i juguen a videojocs, mentre que el 63% assisteixen a activitats que es realitzen en espais públics, com ara el cinema, els espectacles, els concerts i les exposicions.

_ El nombre de catalans que no consumeixen cultura ha disminuït de 66.000 persones respecte a l'any 2010 (20,9% menys), i es va situar en 250.000 persones el 2011.

Les dades dels principals sectors

Llibre

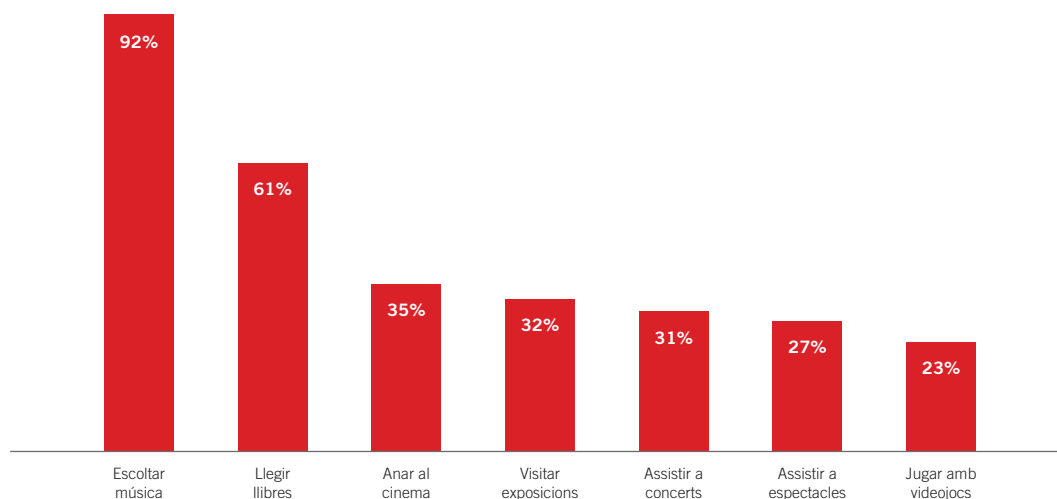
_ El conjunt d'editorials catalanes, 748 segons les dades de la Secretaria General de Cultura del Ministeri a partir de les peticions d'ISBN, l'any 2011 van facturar al mercat interior 1.332 milions d'euros (un 7,1% menys que el 2010 i un 17,9% menys que el 2008). Cal tenir en compte que un 18,2% d'aquesta facturació correspon a títols en català.

_ Quant a la producció, l'any 2011 es van publicar 33.970 títols (un 1,3% menys que el 2010) i 135,99 milions d'exemplars (un 11,8% menys que el 2010). El tiratge mitjà total va ser de 4.003 exemplars per títol en llengua castellana (un 10,6% menys que el 2010), mentre que la producció en català va ser de 2.365 exemplars (un 8,4% menys que 2010).

_ Per matèries, la literatura va concentrar la facturació més elevada, amb un 31,4% del total (2,5 punts percentuals menys que el 2010), seguida de la literatura infantil i juvenil, amb un 15,4% (3,3 punts percentuals més que el 2010), i del 13,3% corresponent al llibre de text no universitari.

Percentatge de la població catalana segons consum cultural.

2011



Nota: Es considera la població de més de 14 anys.

Font: Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura (FUNDACC)

El suport paper representa gairebé el 91%, mentre que el digital només un tímid 2,4% l'any 2010. Ara bé, el mercat digital va a l'alça, com demostra el fet que l'any 2011 les editorials catalanes van cursar 6.083 peticions d'ISBN d'edició electrònica, amb un increment d'aquestes peticions del 85% respecte del 2010 (3.293 sol·licituds).

Al 2011, cada català va llegir una mitjana de quatre llibres l'any, per tant la xifra global de llibres llegits va superar els 26 milions, i va superar en 4 milions la xifra total del 2008. Aquest augment va ser degut a l'increment d'un 7,3% en el període 2008-2011 del nombre de lectors d'alt consum (més de cinc llibres l'any).

El 41% dels llibres llegits pels catalans han estat comprats, mentre que un 20% provenen d'un regal. Els catalans acostumen a fer les compres de llibres majoritàriament a les llibreries (33,6%), seguit de les cadenes de llibreries (19,2%) i dels hipermercats (11%). La lectura de llibres procedents de la xarxa pública de biblioteques s'ha estancat el darrer any en un 8,3%.

Tot i que se segueix llegint més en castellà (69%) que en català (26,7%), entre 2008 i 2011 els llibres llegits en català han augmentat un 15%, mentre que els llegits en castellà han caigut un 4%.

Cinema i audiovisual

L'any 2011 les productores cinematogràfiques catalanes van produir 80 llargmetratges per estrenar al cinema, que representa un 16% menys de títols respecte a l'any anterior. La meitat d'aquestes produccions es van realitzar en règim de coproducció.

També l'any 2011, les 915 pel·lícules exhibides en les 813 pantalles actives a Catalunya van aconseguir atraure més de 20 milions d'espectadors, i van recaptar entorn de 137 milions d'euros. Aquestes dades confirmen la contínua pèrdua d'espectadors per part de l'exhibició cinematogràfica des de l'any 2008, que acumula una caiguda de gairebé l'11% i una

lleugera disminució de la recaptació d'un 2,5% respecte del mateix any. També la quota de pantalla de les produccions catalanes ha disminuït a Catalunya, mentre que l'any 2010 arribava al 8,9%, l'any 2011 es va reduir fins al 7,4%.

_El 2011 es va accentuar la diferència entre l'augment d'espectadors que van poc al cinema (un 13,6% des del 2008) i la caiguda dels que hi van molt (un 17,6% menys des del 2008). Pel que fa a les preferències, els gèneres cinematogràfics més vistos el 2011 van ser la comèdia (22%), seguit de les pel·lícules d'acció (21%), i del drama (14%).

_Pel que fa a la llengua de consum, el castellà va ser la llengua triada pel 87% dels espectadors a Catalunya. El català, però, ha anat guanyant protagonisme els darrers temps, i ha passat del 4,3% el 2008 al 8% el 2011.

_Pel que fa als videojocs, el 23% de la població catalana ha jugat, amb més o menys regularitat, amb videojocs. Només el 4,7% dels catalans juguen diàriament, però cal destacar que els darrers quatre anys aquesta dada ha crescut un 50%. Com calia esperar, com més edat, menor és el percentatge de jugadors de videojocs entre la població.

_La compra a la botiga continua sent la manera d'adquisició més significativa, amb un 40%, però Internet està incrementant posicions ràpidament i al 2011 ja va suposar el 35% de les vendes totals.

_La popularitat més gran se l'enduen els jocs de futbol i els d'acció, tot i que els primers estan retrocedint en percentatge de vendes des del 2008 (un 2,9% menys). S'incrementen continuadament i amb força els jocs en línia (5,9 punts percentuals entre 2008 i 2011) i decreixen espectacularment els d'aventures (un 9,1% el darrer any).

_El català és una llengua gairebé inexistent en aquest món, ja que només l'1% dels jugadors manifesten que el darrer joc en què han jugat ha estat en català.

_Música

_Durant l'any 2011 a Catalunya es van programar 16.533 concerts de música popular i 1.865 de música clàssica. Gairebé 4,5 milions de persones van assistir a un concert de música popular, i 680.000 a un de música clàssica. Conjuntament, ambdós estils musicals van recaptar més de 37,5 milions d'euros, amb una lleugera davallada respecte a la recaptació de l'any precedent (7,3% menys), més accentuada en el cas de la música popular.

_La indústria discogràfica catalana va iniciar el 2010 una recuperació vital gràcies al nou pop català, que ha registrat una nova remuntada en el capítol de vendes amb una facturació de 16,3 milions d'euros el 2011, xifra que suposa un increment del 5,1%. També ha establert un nou rècord històric en el volum d'edicions en llengua catalana, amb 605 referències de tots els estils. Aquest comportament positiu no es correspon amb el que ha reflectit el sector discogràfic al conjunt de l'Estat, on els 148,6 milions ingressats en concepte de vendes signifiquen un descens del 10,8% respecte a les xifres de l'any anterior.

_Les vendes en format digital van continuar incrementant el seu pes específic i van aconseguir un 31% de les vendes totals de les discogràfiques catalanes (el 7,9% més que el 2010).

_Des del 2008, està creixent el percentatge de població que assisteix més sovint a concerts, ja que un 11% assisteix a tres o quatre concerts i un 29%, a cinc concerts o més. També s'està incrementant l'assistència a concerts gratuïts, fins a un 21%, en detriment dels concerts de pagament, amb un 12% de caiguda.

_La preeminència de l'anglès en la música pop es deixa notar en el volum d'assistents a concerts on no s'utilitza cap de les llengües oficials de Catalunya, fins a un 38% del total. Ara bé, un 30% del públic opta pels concerts en català, dada que s'ha vist

incrementada en un 56,5% els darrers quatre anys.

_Com ja s'ha apuntat, escoltar música continua sent, amb diferència, l'activitat cultural preferida pels catalans. Aquesta pràctica s'ha mantingut en el 91,9% (un 5,3% més entre 2008 i 2011). La meitat de les persones que escolten música ho fan a través de la ràdio i dues de cada deu ho fa per Internet, mitjà que ha guanyat protagonisme aquests darrers temps, amb un creixement del 17% entre 2010 i 2011. Pel que fa a la llengua, el consum de la música en català ha passat del 9% del 2010 a l'11% del 2011.

_Arts escèniques

_Les 208 companyies d'arts escèniques –teatre, dansa i circ– existents a Catalunya l'any 2010 van representar 944 espectacles, un 30% dels quals eren estrenes d'aquell any. Les 18.597 representacions programades van generar uns ingressos per taquilla de 41 milions d'euros.

_De les representacions fetes per les companyies catalanes, un 81% van ser creacions d'una companyia teatral, un 7%, de dansa, i el 12%, de circ. El gènere més habitual entre les companyies d'arts escèniques catalanes és el teatre, que suposa un 40% del total de representacions que s'han dut a terme; les titelles, ombres i teatre d'objecte han representat el 18%; el circ, clowns i malabarisme, un 12%, i la dansa, un 7%.

_Només el 27,3% dels catalans assisteixen regularment a espectacles escènics, xifra que s'ha incrementat un 10% els darrers quatre anys. Cal destacar que el creixement més rellevant, un 37% des del 2008, ha tingut lloc entre el col·lectiu de persones que han assistit a cinc o més espectacles, que són considerats els consumidors més habituals d'espectacles.

_Han anat en augment els assistents a espectacles gratuïts, amb un increment del 16,6% des del 2008, mentre que els de pagament han caigut un 3,6%.

_Pel que fa a la llengua, des del 2008 ha augmentat un 12% l'assistència a espectacles en català i ha caigut un 16% l'assistència als representats en castellà.

_Arts visuals

_L'any 2009 a Catalunya hi havia 185 galeries d'art ubicades principalment a l'àrea metropolitana i a les comarques gironines, sobretot a les poblacions costaneres. El 44,7% d'aquestes galeries organitzen de mitjana entre sis i deu exposicions anuals, que mostren pintura, escultura, dibuix i obra gràfica.

_Així mateix, Catalunya disposa de 167 museus i 385 col·leccions que, durant l'any 2011, van rebre 11,4 milions de visitants (un 6% més que el 2010). D'aquests, cal destacar els 7,8 milions que van visitar les exposicions permanents, xifra que representa un 45,6% més que el 2010. La resta s'obté de la suma dels 2,7 milions (un 6,3% més que el 2010) que van visitar les 536 exposicions temporals programades (un 8,3% menys que 2010) i dels 830.000 visitants que van fer visites conjuntes.

_El 32% dels catalans van visitar alguna exposició durant el 2011. D'aquests, el 54% ho va fer a museus, mentre que el 26% ho va fer a sales d'exposicions, i el 15%, a galeries d'art. Les visites a exposicions van continuar sent majoritàriament de pagament, un 54%. Des del 2008, les visites a exposicions de pagament han caigut un 10%, mentre que les gratuïtes han augmentat gairebé un 13%.

_El català continua sent la llengua predominant en el consum d'exposicions, i va arribar al 70,1% el 2011, enfront del 37,2% del castellà i del 13,7% de la resta de llengües.

Dades de consum creuades

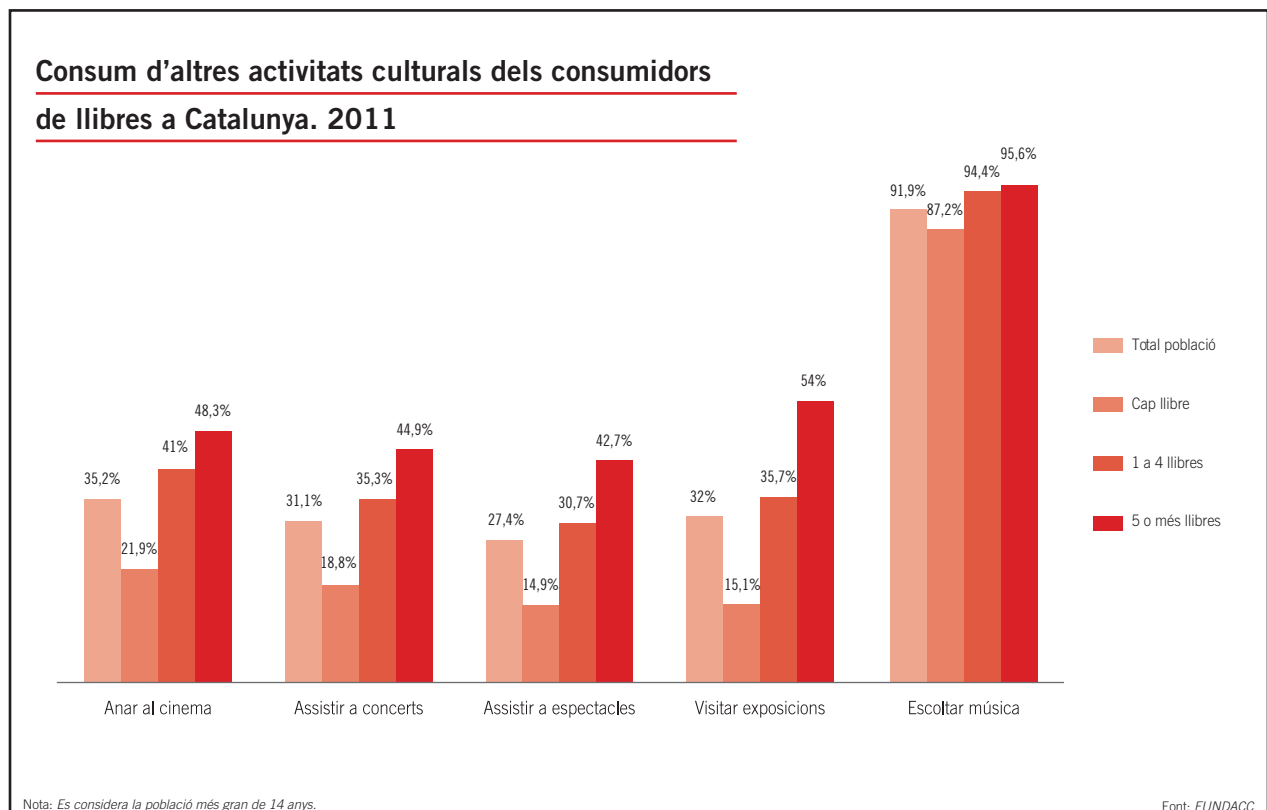
_És important remarcar que el consumidor cultural no ho és exclusivament d'un tipus de producte. D'aquesta manera, la majoria de consumidors ho són de gairebé totes les activitats culturals analitzades: lectura de llibres, audició de música, ús de videojocs i assistència al cinema, concerts, espectacles i exposicions.

_És curiós observar que l'hàbit de consum d'una activitat cultural juga a favor del consum de les altres, d'aquesta manera, els qui llegeixen llibres estan per sobre de la mitjana en el consum de la resta d'activitats culturals, mentre que els qui no en llegeixen estan per sota de les mitjanes de consum de la resta. A més, els qui llegeixen cinc o més llibres a l'any superen, amb molta diferència, el consum dels qui només en llegeixen d'un a quatre.

_Aquest esquema es repeteix de manera idèntica en els perfils dels qui assisteixen al cinema, concerts, exposicions i espectacles. En el cas dels qui assisteixen regularment a espectacles cinc o més vegades a l'any, mostren un interès baix pels videojocs.

_Si ens ho mirem des d'un altre punt de vista, el dels consumidors de videojocs, l'esquema es trenca, i és que els qui fan un ús intens dels videojocs mostren un baix interès per altres activitats culturals, fins al punt que els qui utilitzen diàriament els videojocs estan molt per sota de la mitjana en l'assistència a espectacles i exposicions. Per contra, l'ús moderat dels videojocs no sembla que resta interès en el consum d'altres activitats culturals.

_Pel que fa als qui escolten música -recordem que són el 92% de la població-, només els qui l'escolten diàriament superen les mitjanes de consum d'altres activitats culturals.



ESTRUCTURA DEL SECTOR

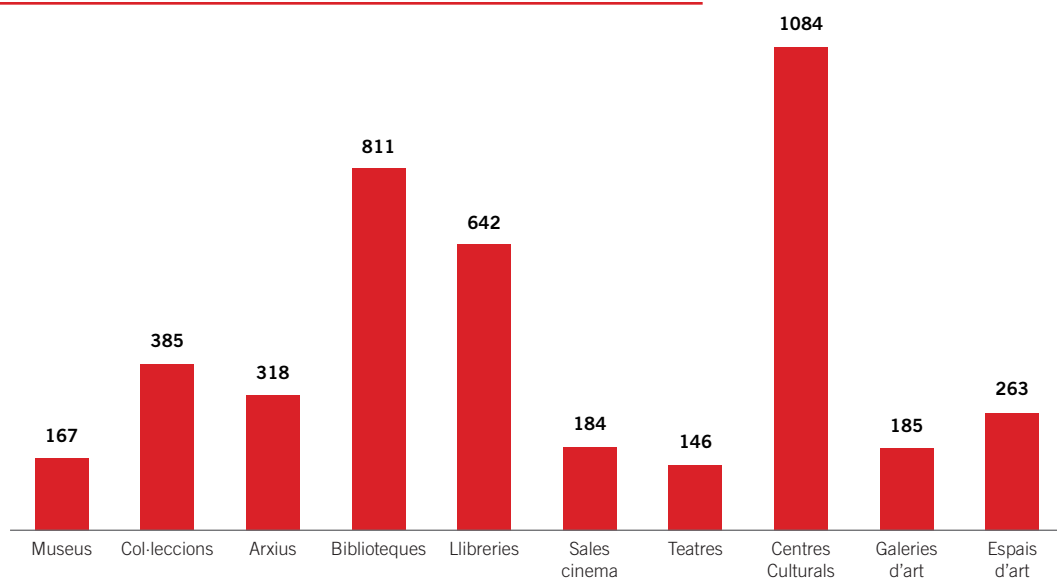
Equipaments culturals

_Catalunya disposa d'un bon nombre d'equipaments culturals en què els ciutadans poden participar i gaudir de diferents activitats. El tipus d'equipaments més habituals són les infraestructures de caràcter polivalent –molt cops anomenats centres culturals–; es tracta de 1.084 espais repartits per tot el territori que a vegades es fa difícil de catalogar en una única categoria, ja que ofereixen serveis tant socioeducatius, com cívics, recreatius etc. El segon lloc l'ocupen les biblioteques, amb 811 infraestructures, que dediquen els recursos a difondre la lectura amb el préstec o amb altres serveis relacionats. També les llibreries, establiments de caràcter privat, tenen una gran representació arreu del territori català.

_Els museus i les col·leccions, siguin de naturalesa pública o privada, són una altra tipologia d'equipament molt habitual al nostre territori. La Llei 17/1990, de museus, estableix clarament quines característiques ha de complir un equipament per ser considerat museu, i en el cas de no complir-les, es pot catalogar com a col·lecció. Dels 552 equipaments dedicats a diversos àmbits i continguts, un 30% són considerats museus, mentre que la resta, el 70%, pertanyen a la categoria de col·lecció. Els arxius també disposen d'un marc de regulació establert, la Llei 10/2001, d'arxius i documents, on s'identifica un seguit d'aspectes de referència obligada a l'hora de determinar les tipologies d'arxiu. D'aquests equipaments, n'hi ha més de 300 a tot Catalunya.

Nombre d'equipaments culturals a Catalunya per tipologia.

Diversos anys



Nota: Les dades relatives a llibreries corresponen al 2008 i les relatives a centres culturals, galeries i espais d'art, corresponen al 2009. Les relatives a arxius, biblioteques i teatres són del 2010 mentre la resta són de 2011.

Font: Gabinet Tècnic del Departament de Cultura

_Una activitat totalment privada és l'exhibició cinematogràfica. Pel que fa a les sales de cinema, en resten cada cop menys a les petites poblacions catalanes, mentre que les grans ciutats i capitals de comarca en concentren la major part. En total hi ha 184 cinemes a Catalunya, amb prop de 813 pantalles a disposició del ciutadà.

_Les arts escèniques comptabilitzen 146 espais per a l'exhibició arreu del territori. A aquests equipaments, cal sumar-hi els gairebé 300 recintes identificats pel PECCat a Catalunya on es realitzen activitats escèniques i musicals (la relació del PECCat no inclou els recintes situats a la ciutat de Barcelona).

_Finalment, el món de les arts visuals disposa de 263 espais dedicats a activitats. A aquests, cal afegir-hi les 185 galeries d'art actives arreu de Catalunya.

_Pel que fa al repartiment dels equipaments per la geografia catalana, els principals dèficits detectats han estat els següents:

- **L'Alt Pirineu i l'Aran**, el territori menys poblat de Catalunya amb un 1,3% de la població, és només deficitari en teatres i galeries d'art (en ambdós casos només disposen d'un equipament de cada tipus). El problema d'aquest territori pot estar ocasionat per la dificultat d'accés dels ciutadans als equipaments per la manca de bones comunicacions.
- A les comarques de la **Catalunya central** falten museus, llibreries i sales de cinema en relació amb la mitjana catalana. Per contra tenen un bon nivell d'espais d'art i centres culturals.
- Les **Terres de Ponent**, amb el 6,2% de la població catalana, disposen d'un bon nombre d'equipaments,

Nombre d'equipaments per 100.000 habitants segons demarcacions territorials

	Mitjana Catalunya (sense Barcelona ciutat)	Ponent	Alt Pirineu i Aran	Girona	Barcelona comarques (sense Barcelona ciutat)	Catalunya central	Camp de Tarragona	Terres de l'Ebre
Museus	2,34	1,37	11,74	4,60	1,71	1,76	3,08	2,09
Biblioteques	10,14	19,51	27,39	12,05	7,59	12,30	9,56	19,31
Llibreries	8,00	9,07	15,65	9,21	8,06	7,03	5,67	7,31
Sales de cinema	2,73	5,77	10,44	3,12	1,77	2,15	3,57	8,35
Teatres	1,81	2,75	1,30	2,30	1,62	1,95	1,78	1,57
Centres culturals	18,38	30,23	31,31	26,27	12,24	29,10	22,05	28,71
Galeries d'art	1,31	1,37	1,30	4,06	0,79	1,37	0,97	0,52
Espais d'art	4,46	6,60	19,57	7,45	2,00	8,79	6,32	8,87

Nota: En vermell es remarca els valors que són inferiors a la mitjana catalana.

Per fer aquesta comparació s'ha calculat el nombre d'equipaments per 100.000 habitants de cada demarcació i s'ha comparat amb la mitjana total de Catalunya. Per a aquests càlculs s'ha desestimat incloure les dades de la ciutat de Barcelona pel pes específic i pel volum d'equipaments que aplega per motius demogràfics i de capitalitat.

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Gabinet Tècnic del Departament de Cultura i el PECCat

sempre per sobre de la mitjana catalana, amb l'excepció dels museus, que se situen per sota de la mitjana.

- El **Camp de Tarragona** i les **Terres de l'Ebre**, amb el 10,5% i el 3,2% de la població, és on es manifesten més mancances, sobretot de llibreries i galeries d'art. D'altra banda, hi ha una bona representació d'espais d'art i de centres culturals. A les Terres de l'Ebre també destaca el nombre de biblioteques disponibles.
- A les **comarques barcelonines**, on es concentra la majoria de la població, també es fan evidents les mancances en tots els tipus d'equipaments, excepte en llibreries. Aquesta situació és relativament normal i s'explica per la densitat demogràfica que possibilita fer un ús més intens d'aquests equipaments. La proximitat a Barcelona i l'atracció dels equipaments de la gran ciutat és un altre factor que intervé en aquesta situació.

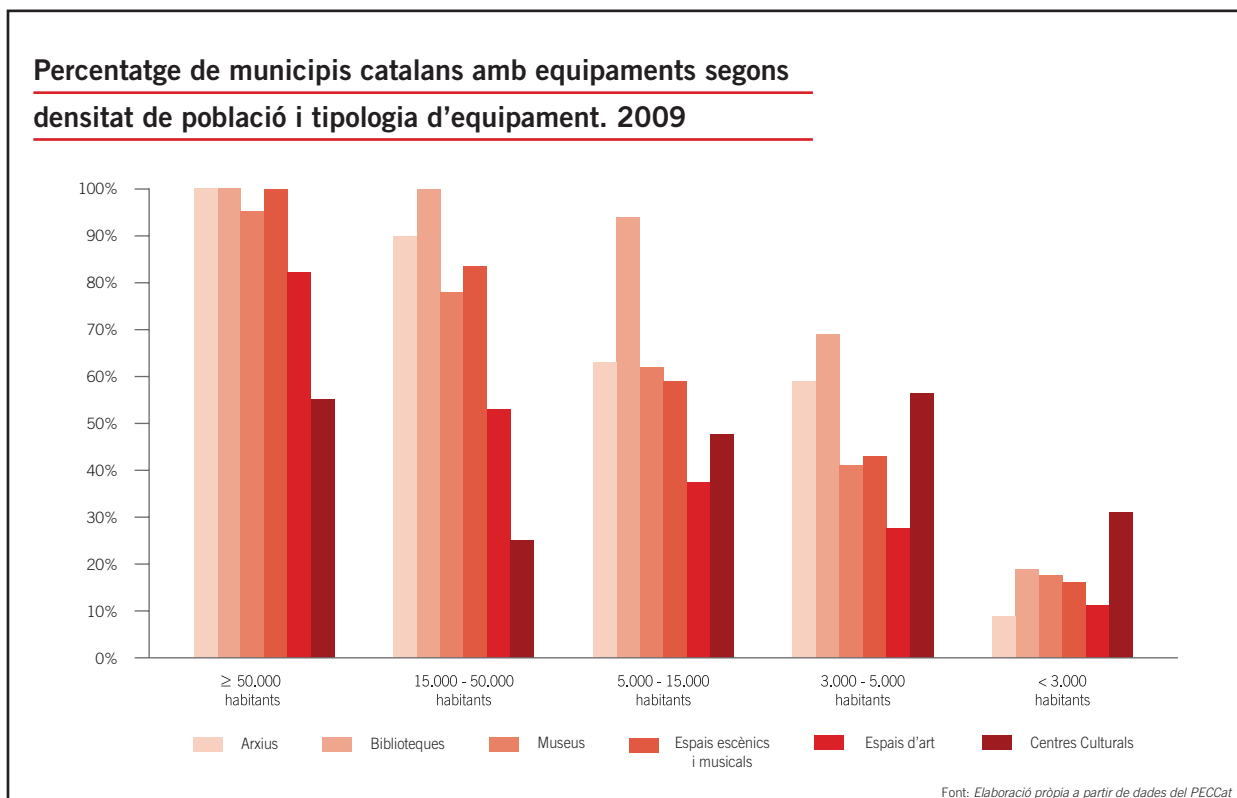
- Finalment, les **comarques gironines** no disposen de mancances significatives en cap dels tipus d'equipaments analitzats.

Una altra anàlisi interessant és la referent al volum d'equipaments existents segons els trams de població. Els municipis de més de 50.000 habitants disposen d'arxiu, biblioteca i espai escènic i, a més, el 95%, també de museu. Només el 80% disposen d'un espai on dur a terme activitats vinculades a les arts visuals, i poc més de la meitat tenen centres culturals.

A mida que els municipis redueixen el volum de població, també disminueix el nombre d'equipaments culturals disponibles, amb l'única excepció dels centres culturals polivalents, més habituals als petits municipis.

Les empreses del sector cultural

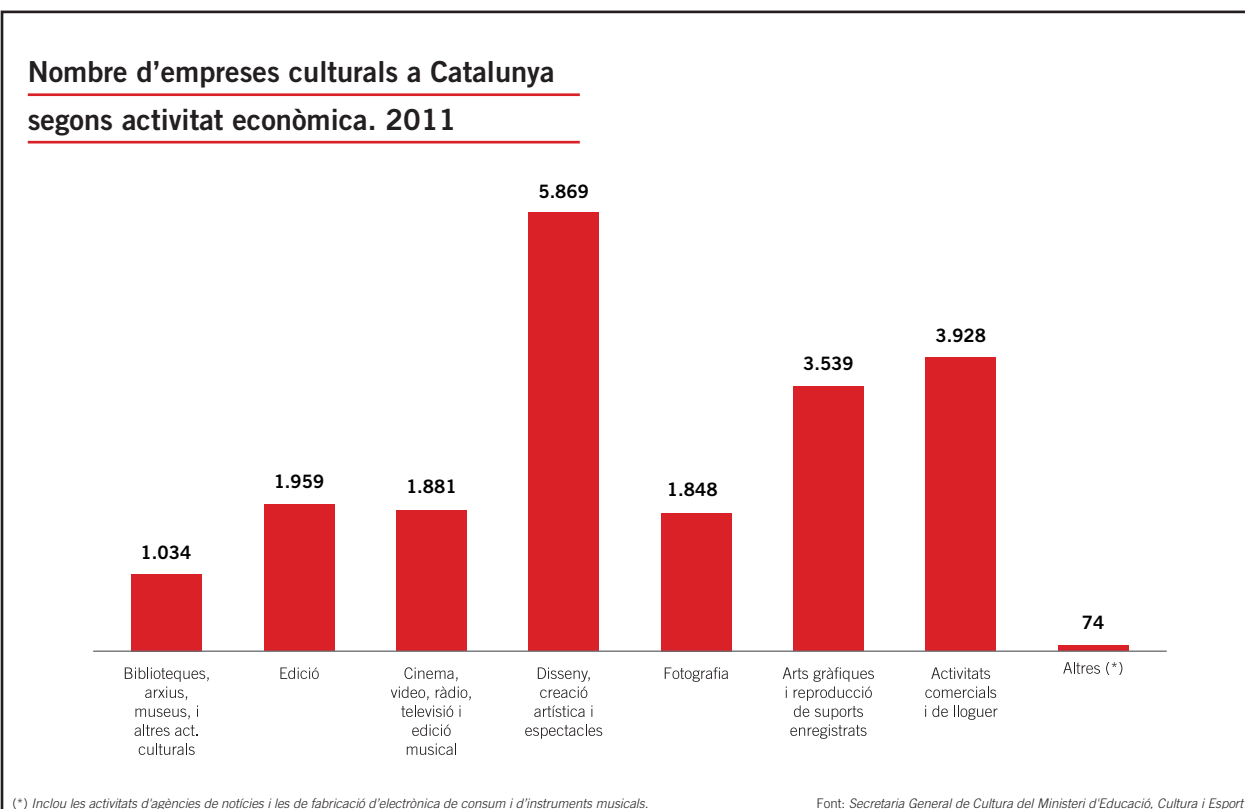
L'any 2011 a Catalunya hi havia 20.132 empreses culturals distribuïdes entre els diferents sectors d'activitat econòmica. L'activitat econòmica cultural amb més empreses constituïdes a Catalunya és la de disseny i creació artística i d'espectacles, que aplega el 32% del total. La segueixen les activitats comercials i de lloguer –inclouen totes les iniciatives minoristes i de distribució–, i les arts gràfiques i de reproducció en suports enregistrats representen cadascuna un 18% de les empreses culturals. Un nombre d'empreses menor, només el 10%, són les corresponents al sector de l'edició de llibres, diaris i tot tipus de publicacions. Les empreses vinculades al cinema, vídeo, ràdio, televisió i edició musical només representen un 9% del total, mentre que el món de la fotografia en comptabilitza un 8%. Les empreses que s'encarreguen de tasques bibliotecàries, arxius, museus i d'altres activitats culturals anàlogues no superen el 5%.



_A l'Estat, el volum empresarial de la cultura a Catalunya suposa que aquesta comunitat autònoma és la que té una activitat empresarial més elevada, només per darrere de la Comunitat de Madrid, que suma 23.017 empreses. En percentatges, mentre que les empreses catalanes representen el 19% del total de les de l'Estat l'any 2011, un 1% menys que l'any anterior, Madrid en té el 22%, i ambdues comunitats marquen una distància notable respecte a la resta de comunitats autònomes, ja que la següent en nombre d'empreses és Andalusia, amb 13.519, el 13% del total.

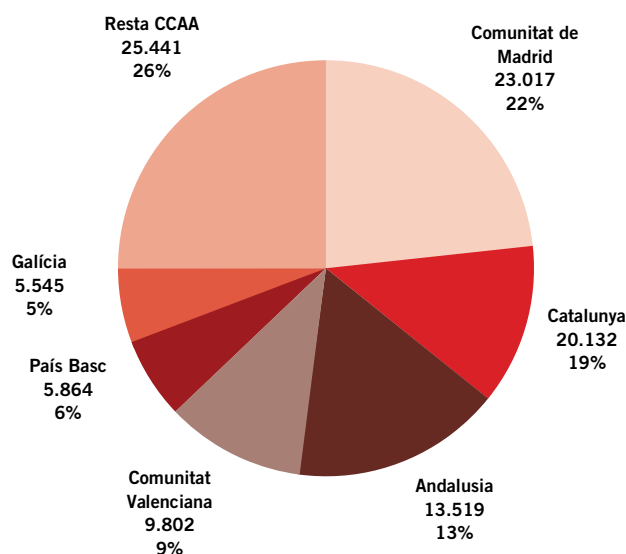
_Malauradament, les dades oficials a escala estatal no faciliten informació del volum de negoci de les empreses culturals per comunitats autònomes, però cal suposar que també en aquest aspecte és la Comunitat de Madrid qui més destacaria i, en aquest sentit, encara s'allunyaria més de la resta de comunitats autònomes, incloent-hi Catalunya, ja que, al seu territori, s'hi ubiquen les principals empreses culturals de tot l'Estat i les seus de les principals *majors* del sector.

_Respecte a altres comunitats autònomes, Catalunya disposa d'un major nombre d'empreses vinculades al món de les biblioteques, museus i arxius. Aquest nombre supera les existents a la Comunitat de Madrid i representa el 27% del total d'empreses especialitzades de tot l'Estat. També és representatiu el nombre d'empreses relacionades amb la fotografia envers de la resta de l'Estat, ja que representen el 18% del total estatal.



Repartiment del nombre d'empreses culturals

segons comunitat autònoma. 2011



Font: Secretaria General de Cultura del Ministeri d'Educació, Cultura i Esport

Ocupació

El sector cultural català ha donat feina a una mitjana de 120.000 treballadors durant els darrers dotze anys. Aquesta xifra representa un percentatge important de l'ocupació total a Catalunya, que segons els anys varia del 3,3% al 4,5%. L'evolució de l'ocupació cultural s'ha mantingut bastant estable durant el període estudiat, però els darrers dos anys ha experimentat una caiguda rellevant fins a arribar als 95.200 treballadors el 2012, dada que suposa la pèrdua del 26% de l'ocupació respecte del 2010, un dels millors anys, en què es va arribar gairebé als 130.000 treballadors.

En relació amb la resta de l'Estat, el retrocés de l'ocupació a Catalunya ha estat més que considerable ja que l'experimentat pel total de comunitats autònomes,

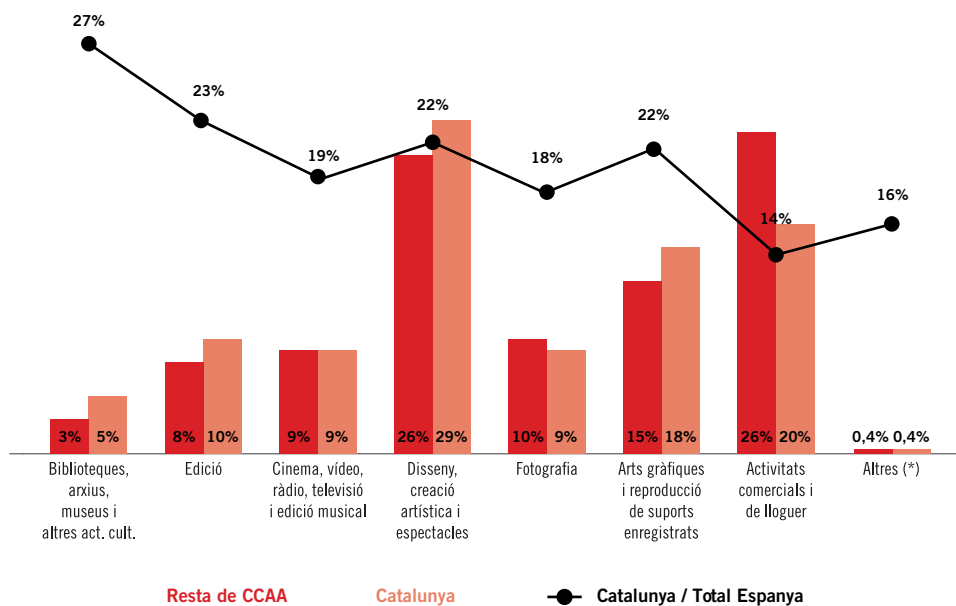
incloent-hi Catalunya, només ha patit una disminució de l'11% entre 2010 i 2012. D'altra banda, durant el mateix període, la Comunitat de Madrid ha remuntat la xifra i ara ja representa el 28% de l'ocupació total del sector cultural a tot l'Estat. La resta de comunitats s'allunyen d'aquest percentatge, ja que cap aconsegueix superar el 10% de l'ocupació global.

Cal tenir present que l'ocupació general a Catalunya ha mantingut les xifres, amb increments d'entre el 2% i el 5% anuals fins a l'any 2008, en què va experimentar un retrocés de l'1%. L'ocupació en el sector cultural ha estat, però, més irregular, i amb pèrdues de fins al 13% l'any 2011.

A Europa es disposa d'estadístiques comparatives que inclouen part dels sectors culturals. Segons aquestes dades, a Espanya, l'1,3% de l'ocupació correspon al sector cultural, quatre dècimes per sota de la mitjana europea, que se situa en l'1,7%.

Pes de les diferents activitats econòmiques en el conjunt d'empreses culturals.

Comparació entre Catalunya i la resta de comunitats autònomes. 2011

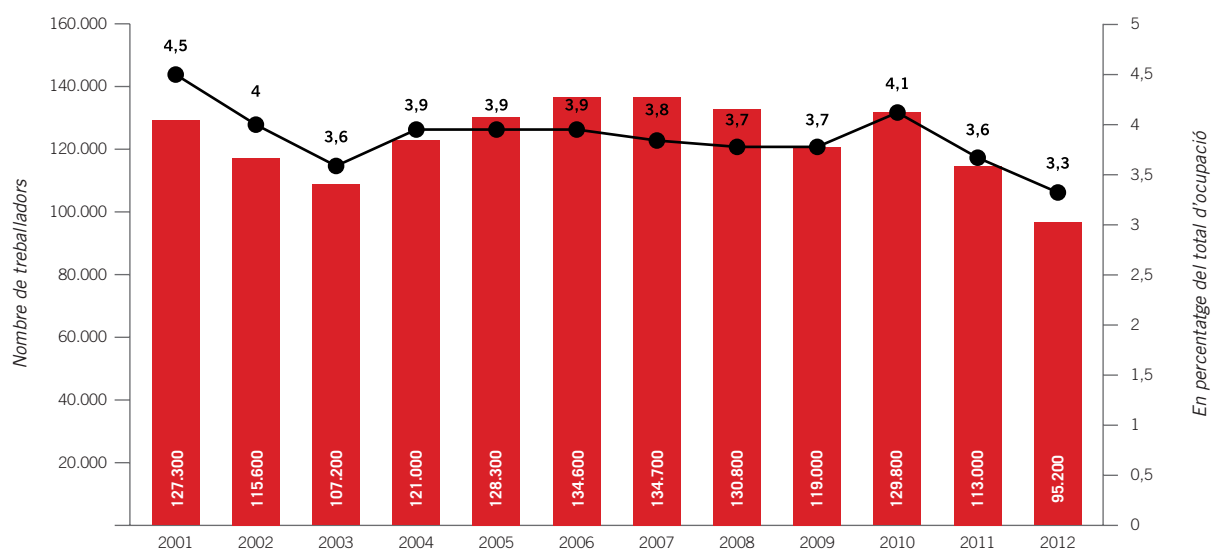


(*) Inclou les activitats d'agències de notícies i les de fabricació d'electrònica de consum i d'instruments musicals.

Font: Secretaria General de Cultura del Ministeri d'Educació, Cultura i Esport

Evolució de l'ocupació cultural a Catalunya.

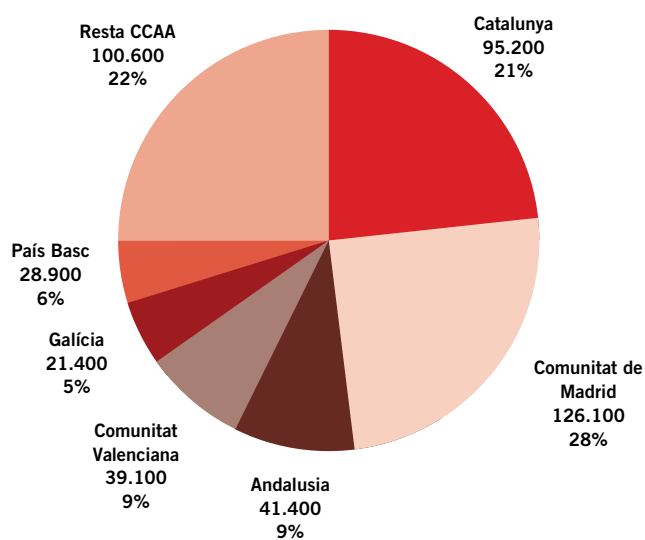
2001-2012



Font: Secretaria General de Cultura del Ministeri d'Educació, Cultura i Esport

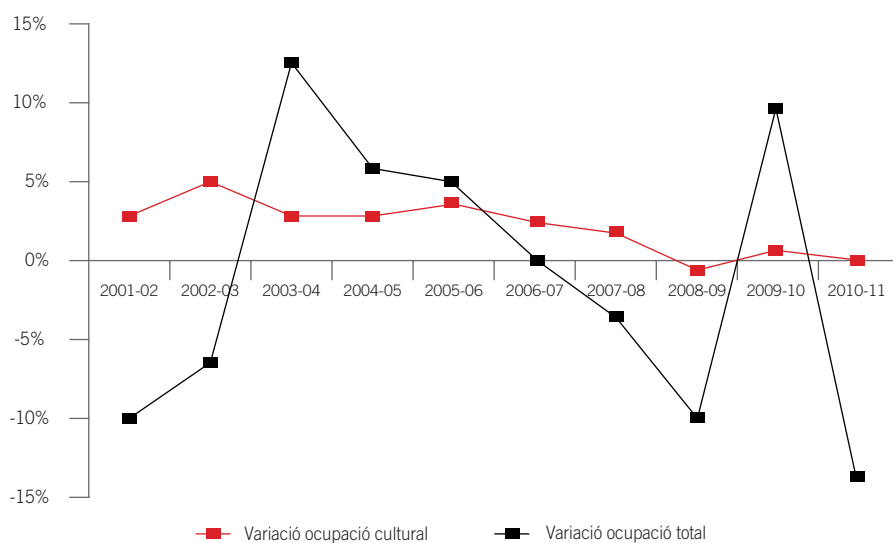
Nombre de treballadors culturals segons comunitat autònoma.

2012



Font: Secretaria General de Cultura del Ministeri d'Educació, Cultura i Esport

Comparació de la variació interanual de l'ocupació total i l'ocupació cultural a Catalunya. 2001-2011 (en percentatge)



Font: Idescat i Secretaria General de Cultura del Ministeri d'Educació, Cultura i Esport

**Comparació de l'ocupació cultural espanyola amb
la d'altres països europeus. 2009 (en milers)**

	T treballadors culturals		T treballadors per sectors culturals				
	Total	Percentatge del total de treballadors	Edició	Cinema, vídeo, producció televisiva i enregistrament de so i edició musical	Programació i radiodifusió	Disseny i producció d'espectacles	Biblioteques, arxius, museus, i altres activitats culturals
Alemanya	847,2	2,2%	412,9	78,1	55,6	223,5	77,1
Regne Unit	597,0	2,1%	186,9	79,7	63,5	154,0	112,9
Països Baixos	175,6	2,0%	56,5	26,1	–	64,2	28,8
Mitjana EU27	3.638,5	1,7%	1.251,7	402,3	348,6	1.045,6	590,3
França	437,2	1,7%	145,4	57,7	33,4	148,6	52,1
Espanya	243,4	1,3%	71,2	36,1	44,1	59,0	33,0
Bèlgica	63,5	1,4%	18,4	8,7	4,8	17,9	13,7
Itàlia	246,7	1,1%	89,4	27,9	12,3	79,2	37,9

Font: Eurostat

PARTICIPACIÓ EN LA VIDA CULTURAL

Associacionisme

_Catalunya té una gran tradició associacionista, que queda palès en el fet que 2.208.500 catalans pertanyen a alguna associació, xifra que es tradueix en el 36,8% de la població. D'aquests, un milió formen part d'alguna entitat associativa cultural, per tant, el 47% dels catalans que pertanyen a una associació ho són d'una de tipus cultural.

Distribució territorial i àmbits d'actuació

_A la demarcació de Barcelona és on hi ha una concentració més gran d'associacions culturals. La resta de demarcacions mostren percentatges molt menors i en cap cas superen el 12% del total. Si es compara amb el percentatge de població, però, el volum d'associacions de totes les demarcacions és superior al de població, en detriment de les comarques de Barcelona.

_Per àmbits d'actuació, les associacions musicals són les més habituals, ja que representen gairebé el 40% de les associacions federades, seguides de les de dansa i balls populars, amb un 15,3%. També hi ha una quantitat important d'associacions de teatre amateur i de bestiar i foc.

Associats

_A Catalunya, una entitat cultural federada té 55 membres de mitjana. Les associacions més nombroses són les conformades per menys de 50 socis (el 50% del total), mentre que les que tenen més de 100 associats en representen el 35%. Només el 6,6% de les associacions culturals federades de Catalunya disposen de més de 500 associats.

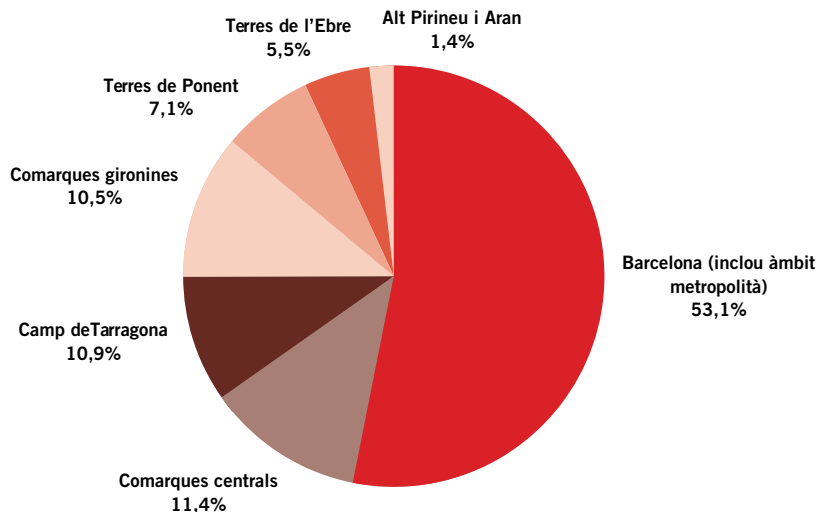
**Nombre d'organitzacions, associats, treballadors i voluntaris
del tercer sector cultural per tipologia d'organització. 2008**

	Organitzacions	Associats	Treballadors	Voluntaris
Fundacions	295		2.000	
Federacions	28			
Associacions federades	2.479	406.618	2.900	21.600
Associacions no federades	6.543	597.228	6.603	62.339
Centres d'estudis locals i comarcals	277	45.047	251	1.944
TOTAL	9.622	1.048.893	11.754	85.883

Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Gabinet Tècnic del Departament de Cultura

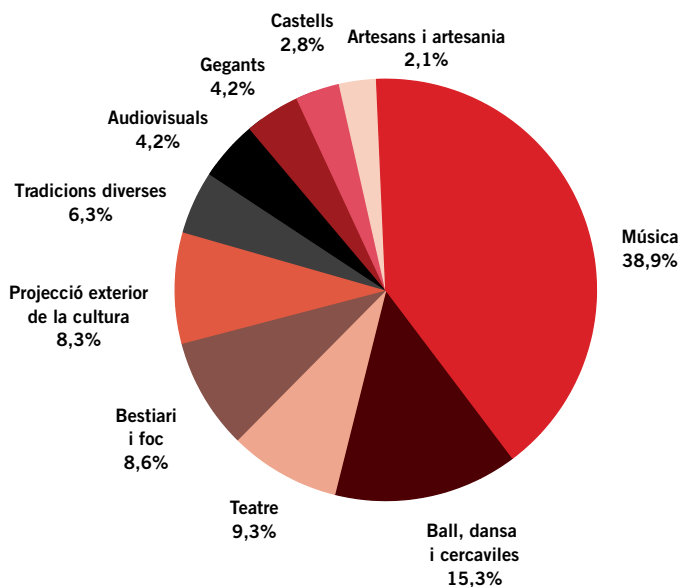
_Pel que fa a la distribució per sexes, és bastant paritària, ja que un 52,5% dels socis són homes, mentre que les dones són un 47,5%. Per trams d'edat, són els adults de més de 45 anys els més representats en les associacions culturals catalanes, gairebé un 52% del total d'associats. Es pot observar, per tant, un cert envelliment del teixit associatiu català, ja que són als trams superiors als 45 anys on es dona el percentatge superior d'associats respecte a la població total, mentre que els trams inferiors, sobretot el de 30 a 45 anys, el percentatge d'associats és molt inferior.

Repartiment del nombre d'associacions segons demarcacions territorials. 2008



Font: Gabinet Tècnic del Departament de Cultura

Repartiment del nombre d'associacions segons àmbits d'actuació. 2008



Font: Gabinet Tècnic del Departament de Cultura

Activitat

_El nivell d'activitat de les associacions culturals federades és molt elevat. Anualment organitzen unes 70.000 activitats, en les quals participen més de 7 milions de persones (socis i no socis). La major part d'aquestes activitats, gairebé el 55%, a les quals van assistir més de 7,5 milions de persones, es van poder dur a terme gràcies a la participació activa de 280.000 associats.

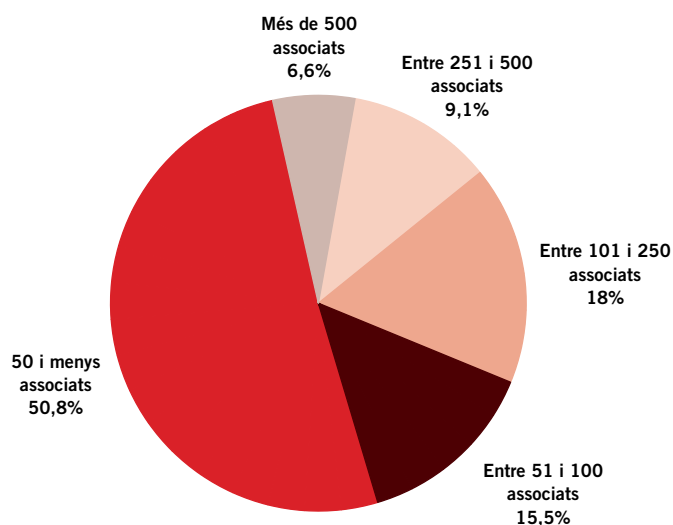
_Els tipus d'activitats amb més participació dels associats i del públic o usuaris en general són, sens dubte, els concerts, les exhibicions i les trobades i congressos, que apleguen el 68,5% d'associats participants i el 72,7% del nombre d'assistents a les diferents activitats organitzades per aquestes associacions. També les representacions escèniques, exposicions i activitats formatives són molt freqüentades pels seguidors d'aquest tipus d'associacions.

Recursos humans i pressupostaris

_Un dels trets diferencials del sector associatiu és l'àrea de recursos humans, on predomina el personal voluntari i la dedicació parcial o puntual. De la informació aportada per les entitats sobre la naturalesa de les seves plantilles, se n'extreu que la gran majoria de personal que hi col·labora és de caràcter voluntari (88%). Sobre el conjunt del sector, s'estima que es tracta d'un col·lectiu d'unes 21.600 persones, enfront d'una minoria de personal remunerat, que es calcula entorn a les 2.900 persones, i que representa el 12% restant.

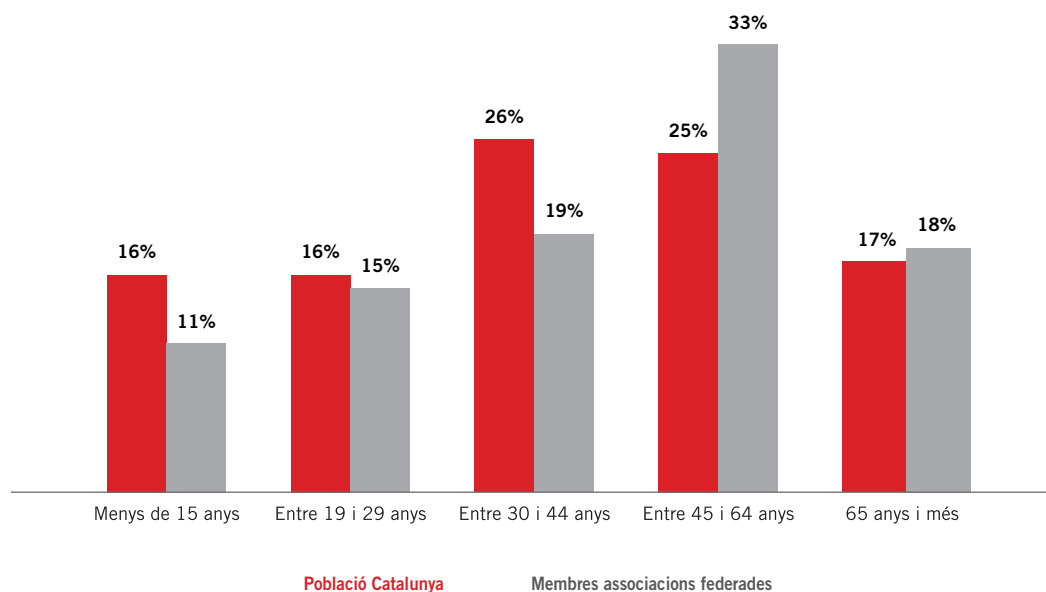
_Només el 17,4% de les associacions culturals reconeixen tenir contractat personal remunerat. D'aquest total, tres quartes parts no superen les cinc persones remunerades. D'altra banda, cada associació té una mitjana de vuit col·laboradors voluntaris, i gairebé el 10% de les associacions disposen de més de 20 voluntaris habitualment actius.

Repartiment del nombre d'associacions segons nombre d'associats. 2008



Font: Gabinet Tècnic del Departament de Cultura

Comparació de la població total catalana i la població catalana membre d'una associació cultural segons trams d'edat. 2008



Font: Elaboració pròpia a partir de dades del Gabinet Tècnic del Departament de Cultura i l'Institut Nacional d'Estadística (INE)

_Pel que fa al pressupost anual, el 38,1% de les associacions culturals catalanes subsisteixen amb uns ingressos inferiors als 5.000 euros anuals i només el 12,2% disposen de més de 50.000 euros anuals per realitzar la seva activitat. D'aquests ingressos, la part més important és la de subvencions públiques, que representa un 34,5% del total de pressupost, seguida de les quotes dels associats, que gairebé representa el 25%. La resta, el 25,7%, prové dels ingressos generats per les activitats i la venda de béns i serveis. La partida de patrocinis i donacions és molt baixa, només un 6,9% dels ingressos totals, i segurament es tracta d'una de les vies de finançament a desenvolupar en un futur per aquestes organitzacions.

_Pel que fa a la despesa, el 62,9% es destina a la de tipus corrent: manteniment de l'estructura i realització d'activitats. Només un 10,6% recau en despeses de personal, percentatge que està en consonància amb el nivell de contractació indicat més amunt.

Pràctica amateur

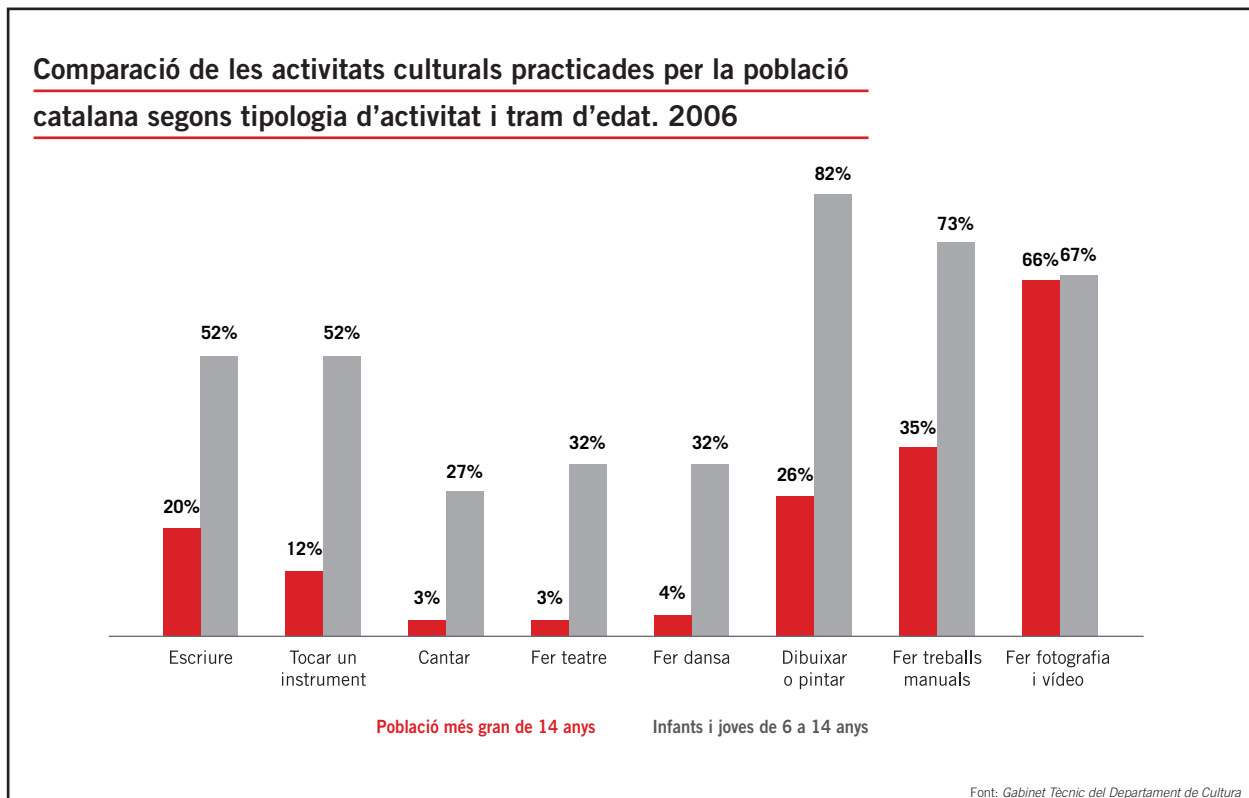
_Hi ha pocs catalans que practiquin alguna activitat cultural de manera amateur. Només la pintura, el dibuix o els treballs manuals aconseguen uns percentatges importants entre la població adulta, amb un 35% i un 26% de ciutadans que manifesten que desenvolupen aquests tipus d'activitat. Declaren que practiquen la fotografia i el vídeo fins al 66% dels catalans de més de 14 anys. Per darrere d'aquests valors, el 20% declara que practiquen l'escriptura de manera continuada i el 12% toquen algun instrument. Molt enrere resten altres pràctiques, com ara cantar, fer teatre o dansa, amb un 3-4% de representació.

— Els valors s'incrementen espectacularment quan es pregunta als joves i als infants en el tram d'edat d'entre 6 i 14 anys. En aquest cas, el dibuix i la pintura són les activitats amb més acceptació, gairebé el 82% de la població infantil les practiquen, seguit dels treballs manuals, amb un 73%. El 52% diuen que toquen un instrument i, amb el mateix percentatge, que escriuen regularment. Cantar, fer teatre i dansa són les activitats que desperten menys interès, tot i que en aquest cas el percentatge d'infants i de joves que hi presten atenció se situa entre el 27 i el 32%. L'única activitat que practiquen en igual dedicació els adults i els joves és la vinculada al món de la fotografia i del vídeo.

— Per sexes, les pràctiques culturals dels catalans només varien significativament pel que fa a la dansa i als treballs manuals, on les dones representen més de les dues terceres parts dels qui ho exerciten. També són les dones les qui dominen en les arts plàstiques, el dibuix i la pintura, o en el cant. Els homes són majoria en la pràctica de tocar un instrument musical.

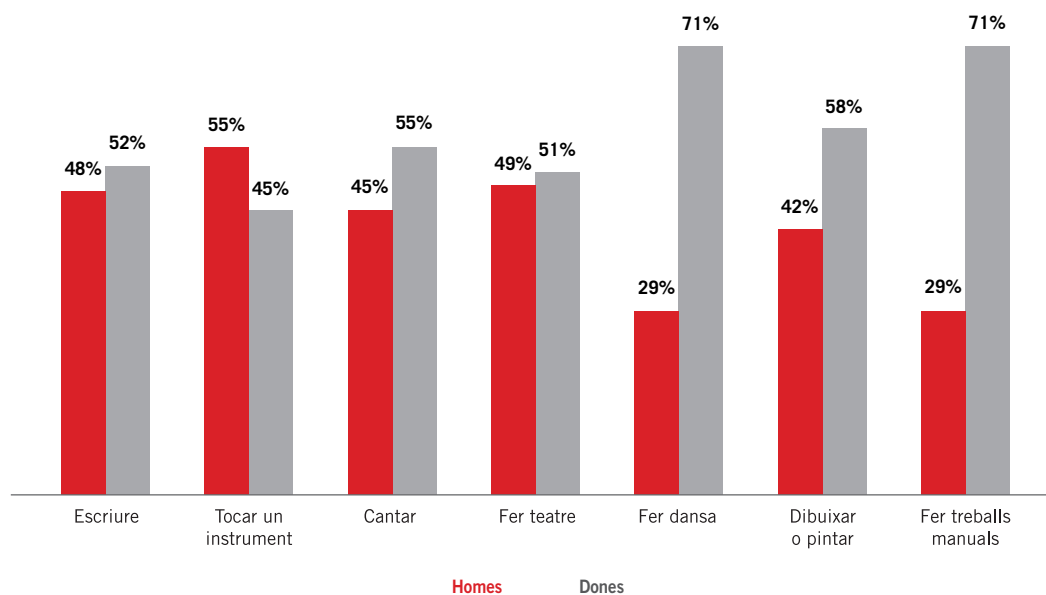
— Comparació amb la resta d'Espanya

— En comparació de la resta d'Espanya, el nivell de participació de la població en una activitat cultural és superior a Catalunya, sigui quina sigui la disciplina. Els principals àmbits en els quals es destaca són la fotografia i el vídeo, els treballs manuals, el dibuix i la pintura i també en l'escriure. Es pot dir que en la majoria dels casos el percentatge de catalans que les practiquen triplica els valors respecte a l'Estat espanyol. En el cas concret de la pràctica musical amb un instrument, els catalans doblen als declarants de la resta de l'Estat que han manifestat haver-ho fet amb continuïtat durant els darrers dotze mesos.



Activitats culturals practicades pels catalans segons sexe.

2006

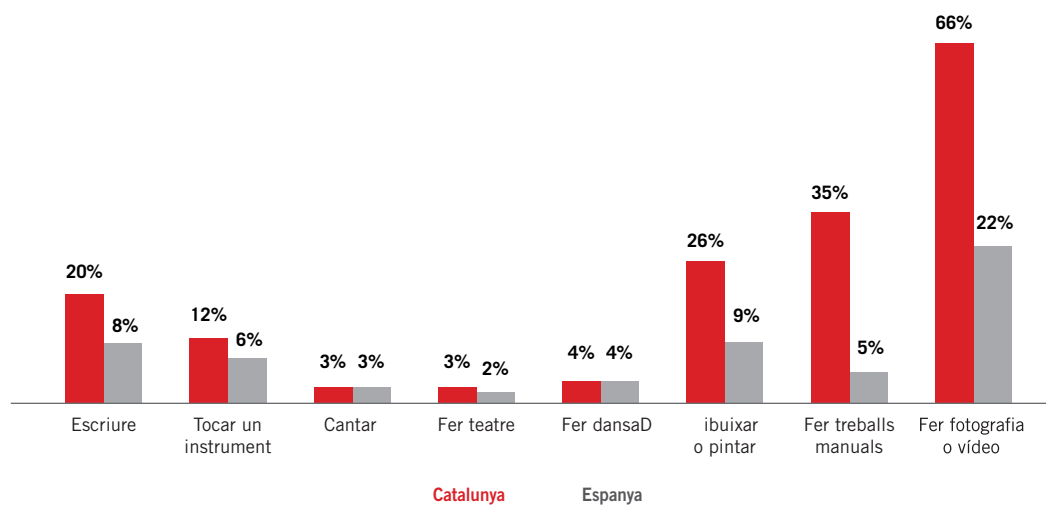


Nota: Es considera la població més gran de 14 anys.

Font: Gabinet Tècnic del Departament de Cultura

Activitats culturals practicades per la població.

Comparació Catalunya-Espanya. 2006



Font: Gabinet Tècnic del Departament de Cultura i Secretaria General de Cultura del Ministeri d'Educació, Cultura i Esport

Documents i informes consultats

NOTA: Tots els enllaços webs han estat consultats per darrer cop el 6 de febrer de 2013

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE DISTRIBUIDORES Y EDITORES DE SOFTWARE DE ENTRETENIMIENTO (2012). *Anuario de la industria del videojuego 2011*. Madrid: Asociación Española de Distribuidores y Editores de Software de Entretenimiento, Adese.

[Disponible en línea a: <http://www.adese.es/docs/documentacion/el-anuario-del-videojuego>]

BARÓ, E. (2010). *Estimació de l'impacte total de la despesa turística corrent a Catalunya en el conjunt de l'economia i en els seus principals sectors d'activitat. Aplicació d'una metodologia input-output*. Barcelona: Universitat de Barcelona.

[Disponible en línea a: http://www.gencat.cat/diue/doc/doc_15443892_1.pdf]

BARÓ, E; CUBELES, X. (2012). *Estimació de la dimensió econòmica dels sectors culturals de Catalunya. Anys 2008-2009*. Gabinet Tècnic del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

[Disponibles en línea els resums executius a: <http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem-m.01121f9326561a075a2a63a7b0c0e1a0/?vgnnextoid=393be3948242a110VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=393be3948242a110VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=default>]

Bases del nou Pla de Museus de Catalunya (2012). Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

[Disponible en línea a: http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/DGPC/Documents/bases_pla_museus.pdf]

BITÒ PRODUCCIONS (2012). *Balanç de tancament. Temporada Alta 2012. Festival de tardor de Catalunya Girona/Salt*. Girona: Bitò Produccions.

[Disponible en línea a: <http://www.temporada-alta.net/downloads/ta12-dossier-tancament-def.pdf>]

CLOTAS, P. (2008, juliol). "El patrocini empresarial, instrument de comunicació i exercici de responsabilitat". Cultura: *La cultura, un motor econòmic*. (núm.2, pàg. 196-213).

[Disponible en línea a: http://cultura2.gencat.cat/revistacultura/_pdf/277813C02_11PereClotas.pdf]

CONFEDERACIÓN ESPAÑOLA DE CAJAS DE AHORROS (2010). *Memoria de RSC de las Cajas 2009*. Madrid: Confederación Española de Cajas de Ahorro, CECA.

[Disponible en línea a: <http://www.cajasdeahorros.es/memorias.html>]

CONGRESO DE LOS DIPUTADOS (2012). *Sesión plenaria nº. 20 celebrada el martes 27 de marzo de 2012*. Madrid: Congreso de los Diputados.

[Disponible en línea a: http://www.congreso.es/public_oficiales/L10/CONG/DS/PL/PL_021.PDF]

DEPARTAMENT DE CULTURA (2011). *Valoració del posicionament de la cultura catalana. Visió i marc general del diagnòstic per sectors culturals*. Pla estratègic cultura Catalunya 2021. Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

[Disponible en línea a: http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/SID/Articles_diversos_2012/documents/Presentacio_Pla_estrategic_SECTORS_unificada_final.pdf]

FINA, X.; SPÀ, C. (2011, març). "Situación, políticas y estrategia de las industrias culturales en Cataluña". *Ekonomiaz: Revista vasca de economía* (núm. 78, pàg. 186-217).

[Disponible en línea a: http://www1.euskadi.net/ekonomiaz/taula4_c.apl?REG=1176]

FUNDACIÓN AUTOR (2012). *Anuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales 2012*. Madrid: Fundación Autor / SGAE.

[Disponible en línea a: <http://www.anuariosgae.com/anuario2012/home.html>]

GAPS, TÈCNICA I CONEIXEMENT (2012). *Estadística del tercer sector cultural de Catalunya. Associacions culturals no federades 2009*. Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

[Disponible en línea a: <http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.01121f9326561a075a2a63a7b0c0e1a0/?vgnextoid=bb29e3948242a110VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextchannel=bb29e3948242a110VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnnextfmt=default>]

GET A PARTNER (2010). *Anàlisi dels sectors emergents de la cultura i la comunicació: el sector dels videojocs a Catalunya*. Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

[Disponible en línea a: http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/SSCC/GT/Arxius%20GT/EC_25.pdf]

MARTÍNEZ, S. (2010). *PECCat. Pla d'Equipaments Culturals de Catalunya 2010-2020*. Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

[Disponible en línea a: http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/SGEC/Documents/Arxiu/Pec_26%2001%2011.pdf]

NOVELL, J.; RIERA, F. (coords.) (2012). *Anuari 2012 de la música*. (L'espectacle, núm. 58). Barcelona: Grup Enderrock i ARC.

Pla d'Infraestructures: 2005-2011. Xarxa d'Arxius Comarcals de Catalunya (2005). Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

[Disponible en línea a: http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/DGPC/Temes/Arxius_nou/05_Plans%20d'actuaci%C3%B3/static_file/Pla%20Infraestructures%202007-2011_%20presentacio.pdf]

Pla de Museus de Catalunya (2007). Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.
[Disponible en línia a: <http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/DGPC/Plademuseustext.pdf>]

Pla Integral per a l'Arqueologia a Catalunya, PIACAT, 2009-2013 (2009). Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.
[Disponible en línia a: <http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/SID/Documents/Documents%20VJ/Arxiu%202009/piacat.pdf>]

SÁNCHEZ REVILLA, M.A. (2012). *Estudio InfoAdex de la inversión publicitaria en España 2012*. Madrid: INFO-ADEX.
[Disponible en línia el resum a: http://www.infoadex.es/Resumen_Estudio_Inversiones_InfoAdex_2012.pdf]

TC- TREBALL DE CAMP (2010). *Estadística del tercer sector cultural de Catalunya 2007-2008. Associacions culturals federades*. Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.
[Disponible en línia a:
http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/SSCC/GT/Arxiu%20GT/ESTADIS_%20030_TercerSector-CAT%202007_2008_AFederades_COMPLET.pdf]

VAQUER, J. (2007). *Política cultural i models de l'estat del benestar a la Unió Europea*. Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya. [Disponible en línia a:
http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/Cultura/Documents/Arxiu/Arxiu%20GT/Politiques_culturals_EB_UE.pdf]

VILLARROYA, A. (2012). *Política Cultural de Catalunya 2011*. Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.
[Disponible en línia a: http://www20.gencat.cat/docs/msi-cultura/Relacions%20Internacionals/Noticies/Documents/Arxiu/_2011_cat_02-02.pdf]

VILLARROYA, A.; ESCARDÍBUL, J. (2012). *Anàlisi de la despesa de les llars catalanes en cultura i comunicació (2006-2010)*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
[Disponible en línia a: http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/SSCC/GT/Arxiu%20GT/Final_Despesa%20cultural%20llars%20catalanes-2012.pdf]

Referències estadístiques

NOTA: Tots els enllaços webs han estat consultats per darrer cop el 6 de febrer de 2013

Anuario de estadísticas culturales. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.
[Disponible en línea a: <http://www.mcu.es/estadisticas/MC/NAEC/index.html>]

Anuari estadístic de Catalunya. Institut Nacional d'Estadística, Idescat, de la Generalitat de Catalunya.
[Disponible en línea a: <http://www.idescat.cat/pub/?id=aec>]

Baròmetre de l'ús del català a Internet. Wiccac, Webmàsters Independents en Català, de Cultura i d'Àmbits Cívics.
[Disponible en línea a: <http://wiccac.cat/resum.html>]

Comercio Interior del Libro en España. Madrid: Federación de Gremios de Editores de España, FGEE.
[Disponible en línea a: <http://www.federacioneditores.org/SectorEdit/Documentos.asp>]

Compendium of Cultural Policies and Trends in Europe. Council of Europe/ERICarts.
[Disponible en línea a: <http://www.culturalpolicies.net/web/statistics.php>]

Comptes econòmics anuals de Catalunya. Institut Nacional d'Estadística, Idescat, de la Generalitat de Catalunya.
[Disponible en línea a: <http://www.idescat.cat/pub/?id=ceac> Data de consulta: 6 de febrer de 2013]

Consum i pràctiques culturals. Institut Nacional d'Estadística, Idescat, de la Generalitat de Catalunya.
[Disponible en línea a: <http://www.idescat.cat/cat/societat/practiquesculturals/>]

Cultural statistics. Bèlgica: Eurostat/ European Commission.
[Disponible en línea a: <http://epp.eurostat.ec.europa.eu/portal/page/portal/culture/introduction>]

Demografia i qualitat de vida. Institut Nacional d'Estadística, Idescat, de la Generalitat de Catalunya.
[Disponible en línea a: <http://www.idescat.cat/dequavi/?TC=111>]

Encuesta de hábitos y prácticas culturales en España. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte
[Disponible en línea a: <http://www.mcu.es/estadisticas/MC/EHC/2010/Presentacion.html>]

Enquesta demogràfica. Institut Nacional d'Estadística, Idescat, de la Generalitat de Catalunya.
[Disponible en línea a: <http://www.idescat.cat/cat/poblacio/ed/ed.html>]

Enquesta de població activa. Institut Nacional d'Estadística, Idescat, de la Generalitat de Catalunya.
[Disponible en línea a: <http://www.idescat.cat/cat/economia/ecotreball.html>]

Estadísticas del Libro, Lectura y Letras. Madrid: Ministerio de Educación, Cultura y Deporte.

[Disponible en línea a: <http://www.mcu.es/libro/IN/estadisticas/index.html>]

Estadístiques culturals de Catalunya. Barcelona: Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

[Disponible en línea a: <http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.01121f9326561a075a2a63a7b0c0e1a0/?vgnextoid=11ff1ce38d77f210VgnVCM2000009b0c1e0aRCRD&vgnextchannel=11ff1ce38d77f210VgnVCM2000009b0c1e0aRCRD&vgnextfmt=default>]

Estadístiques de museus. (2008-2011). Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, Direcció General d'Arxius, Biblioteques, Museus i Patrimoni.

[Disponible en línea a: <http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.9cf6e0ecb7825f175a2a63a7b0c0e1a0/?vgnextoid=856e3dc9dffae110VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnextchannel=856e3dc9dffae110VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnextfmt=default>]

Estadístiques. Teatres de Barcelona. Barcelona: Associació d'Empreses de Teatre a Catalunya, ADETCA.

[Disponible en línea a: <http://www.adetca.cat/c/stats.aspx>]

Estudis de públics. Barcelona: Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura, FUNDACC.

[Disponible en línea a: <http://www.fundacc.org/fundacc/ca/dades/informes-especials.html>]

Liquidación de presupuestos de las entidades locales del Ministerio de Hacienda. Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas.

[Disponible en línea a: <http://servicioswebbis.meh.es/apps/entidadeslocales>]

Memòria del Departament de Cultura. Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya.

[Disponible en línea a: <http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/menuitem.4f810f50a62de38a5a2a63a7b0c0e1a0/?vgnextoid=fe120ede6042a110VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnextchannel=fe120ede6042a110VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnextfmt=default>]

Pressupostos de la Generalitat de Catalunya. Departament d'Economia i Coneixement de la Generalitat de Catalunya.

[Disponible en línea a: <http://www20.gencat.cat/portal/site/economia/menuitem.4105abfd0da1553bf813ae92b0c0e1a0/?vgnextoid=ca746e47e8649210VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnextchannel=ca746e47e8649210VgnVCM1000008d0c1e0aRCRD&vgnextfmt=default>]

Crèdits

El document “CRISI / INCERTESES / SINERGIES. Estat de la cultura i de les arts – 1” ha estat elaborat pel Consell Nacional de la Cultura i de les Arts (CoNCA) en compliment de l'article 4.a) de la Llei 6/2008, de 13 de maig, que regula l'entitat, i en el qual s'estableix que aquest organisme té per funció l'elaboració anual de l'informe sobre l'estat de la cultura i de les arts de Catalunya.

Document aprovat pel Plenari del CoNCA amb data 1/03/2013

Membres del Plenari:

Carles Duarte i Montserrat, president
Gemma Sendra i Planas, vicepresidenta primera
David Albet i Sunyer, vicepresident segon
Mercè Gisbert i Cervera, secretària
Pilar Parcerisas i Colomer, vocal
Isona Passola i Vidal, vocal
Valentí Puig, vocal

Director:

Norbert Tomàs Bilbeny

Coordinació informe:

Ramon Castells Ros
Gemma Carbonell

Equip CoNCA:

Jordi Auladell, Lúdia Benito, Jesús Fernández, Cèlia Garcia, Cristina Huguet, Lluïsa Sala, Eva Sancho i Joan Torrent

Agraïm especialment el treball realitzar per:

Enric Sòria; Xavier Fina i Carles Spà d'ICC Consultors; i tot l'equip del Gabinet Tècnic de la Secretaria General del Departament de Cultura.

Persones consultades en el procés d'elaboració de l'informe:

Sergi Aguilar, Xavier Albertí, Caterina Allard, Victòria Almuni Balada, Marta Alós, Nacho Amadoz, Carme Arenas, Mónica Arús, Jaume Ayats i Abeyà, Núria Ballester, Jaume Bertranpetit, Daniel Bonaventura, Segimon Borràs, Fèlix Buget, Joan Cal Sánchez, Mònica Campos, David Camps, Amadeu Carbó i Martorell, Oriol Carbonell, Antoni Carné i Parramon, Francesc Casadesús, Salvador Casals i Romagosa, Toni Casares, Joan Cavallé, Anna Rosa Cisqueuella, Carles Coll, Josep M. Cortés i Artigas, Raul Cosano, Mariona Costa, Miquel Curanta, Quim Curbet, Carlos Duran, Josep Maria Dutren, José Escolà, Eulàlia Espinàs, Antoni Estrany, Elena Fabra, Àlex Farnós, Montse Faura, Carlos Fernández Rodríguez, Jordi Ferré, Martí Ferrer i Bosch, Xavier Filella, Jordi Font, Edgar Garcia, Josep Miquel Garcia, Arturo Gaya, Jordi Giramé Busquets, Àlex Gorina, Guillem-Jordi Graells, Francesc Xavier Grau Vidal, Jordi Grau, Tomàs Grau, Marta Gustà, Davinia Hernández-Leo, Maria Carme Jiménez Fernández, Antoni Jové, Agnès Juez, Jordi Llavina, Marisol López, Josep Manyà i Oller, Josep Margarit, Bartomeu Marí, Oriol Martí, Pep Enric Martí i Arbés, Ramon Martí, Daniel Martínez, Ruth Martinez i Ribot, Blai Mesa Rosés, Alba Molas, Xavier Monteys, Frederic Montornés, Bienve Moya i Domènech, Joan Negrié, Conxita Oliver Cabestany, Antoni Ortiz i Sancho, Carme Ortiz, Lluís Pagés, Miquel de Palol, Maria del Mar Panisello, Lluís Pascual, Quique Pedret, Ricard Planas, Daniel Puig, Lluís Puig, Narcís Puig, Albert Pujol, Ester Pujol, Marcel Prunera, Josep Rafecas i Jané, Mar Redondo, Ferran Rella, Mike Ribalta, Rosa Ricomà, Oriol Roca, Clara Rodríguez, Miquel Roig, Ramon Rosich, Joan Sala, Cristina Salvador, Enric Sánchez i Moral, Lluís Sanmartí, Joan Serra i Vallmitjana, Pepe Serra, Josep Maria Solé i Sabaté, Ignasi Soler, Carlos José Solsona, Joan Subirats, Pepa Subirats, Judit Sunyer, Salvador Sunyer, Àlex Susanna, Francesc Tarrats, Guillem Terribas, Semolinika Tomic, David Tormo, Dani de Torres, Juan Carlos Tous de la Prada, Margarida Troguet, Anna Veiga, Josep Lluís Villa, Anna Zaera i Carme Zapata.

Agraïm la cessió gratuïta d'imatges a les següents persones i entitats:

Manel Sala "Ulls"
Federació Catalana de Fotografia
Ferran Sendra
FilMOTECA de Catalunya
Fira de Tàrraga
Institut de Cultura de Barcelona, Icube
MACBA
Museu d'Arqueologia de Catalunya

Amb excepció de les imatges, els continguts d'aquesta publicació estan subjectes a una llicència de reconeixement no comercial 3.0 de Creative Commons. Se'n permet la còpia, la distribució i la comunicació pública sense ús comercial, sempre que se'n citi la font.



© de les imatges

Manel Sala “Ulls” / Institut de Cultura de Barcelona, Iclub

Filmoteca de Catalunya

Ferran Sendra

Jesús Vilamajó / Fira de Tàrrrega

David Campos / MACBA

Miquel Alba i Martí / Federació Catalana de Fotografia

Josep Casanova / Museu d'Arqueologia de Catalunya

Consell Nacional de la Cultura i de les Arts

Carrer de la Portaferrissa, 1

08002 Barcelona

Telèfon: 93 316 27 86

Crisi / incerteses / sinergies. Estat de la cultura i de les arts 01-2013

Informe anual sobre l'estat de la cultura i de les arts de Catalunya 2012

Barcelona, març de 2013

Podeu descarregar la versió electrònica d'aquest informe a <http://www.conca.cat>

Correcció lingüística de català i traducció a castellà i anglès: Linguacom SL

Disseny i maquetació: Escola Elisava. Arts Plàstiques i Disseny de la Institució Cultural del CIC.

Alba Fernández, Daniel Valls, Bàrbara Martínez.

Impressió: Fundació Ampans

Dipòsit legal: