

Barcelona Activa
Capital humà

Informe sectorial

Indústries culturals

Barcelon **a**ctiva



Ajuntament
de Barcelona

Les 10 claus per conèixer el sector

En els darrers 20 anys, l'augment del pes de les indústries culturals s'ha anat incrementant i diversificant, sobretot, impulsades per la progressiva difusió de les tecnologies de la informació i les comunicacions.

El sector

Les indústries culturals fan referència a aquells sectors culturals proveïdors de productes culturals massius, reproduïbles mecànicament o difosos massivament. Pe tant, comprèn la indústria del llibre, de la premsa, dels fonogrames i de l'audiovisual (en tant que producció de continguts). Així mateix, i en la línia de les recents valoracions dels i les experts/es, es poden incloure les galeries d'art i també les arts escèniques, tot i que aquest últim també es pot considerar un sector de la cultura amb identitat pròpia.

Principals àmbits d'activitat

Les indústries culturals abasten una amplitud d'àmbits d'activitat, en alguns casos difícils de diferenciar, com són el del llibre, la premsa, l'audiovisual, la indústria fonogràfica, les galeries d'art o fins i tot les arts escèniques. Cal assenyalar que dins de l'àmbit de les indústries culturals es podrien identificar aquelles activitats vinculades amb sectors que podrien considerar-se "nuclears" (acumulen i reproduïxen més quantitat de coneixement i aprofiten com a eina usual i rendible les noves tecnologies) i sectors "dependents" (fabriquen aparells o instruments destinats a fer accessibles els continguts culturals).

Tendències

La industrialització de la cultura, l'augment progressiu del consum de béns i serveis culturals i la creixent intervenció del sector públic en l'àmbit cultural són qüestions que han afectat de forma rellevant el sector de les indústries culturals i la seva estructura. Els tres àmbits d'activitat amb més pes relatiu presenten dins el sector són: el del llibre, el de la premsa i el de l'audiovisual. Amb menor presència es troben els fonogrames, les arts escèniques i les galeries d'art.

Pes econòmic

El pressupost 2011 de l'Institut Català de les indústries culturals és de 64 milions d'euros; les despeses d'estructura arriben a 6 milions d'euros, el 9,4%; les despeses per activitat a 6 milions d'euros, un 10,2%; i els ajuts directes al sector a 52 milions d'euros, un 80,4%. La balança comercial d'Espanya amb el món en el sector de les indústries culturals el 2010 és el següent: el valor de les importacions arriba a 1.282,57 milions d'euros i el de les exportacions a 981,43 milions d'euros. Pel que fa a Catalunya el valor de les importacions arriba a 371,61 milions d'euros i el de les exportacions a 483,04 milions d'euros.

L'ocupació

A Espanya, al 2010, el nombre de persones associades a llocs de treball culturals era de 508.700 persones, el que representa un 2,9% del total de les persones ocupades a l'Estat. D'aquestes, 303.600 són homes i 205.100 dones.

Perfils professionals més demandats

Dins de les indústries culturals, cal diferenciar els i les professionals amb vinculació a la creació de continguts –on, a més de la formació reglada, es requereix unes condicions de creativitat específiques i una certa experiència en aquest àmbit–; i els i les professionals de la producció, distribució i venda dels productes culturals –que requereixen una formació més especialitzada, i un període d'aprenentatge *ad hoc*.

Ocupacions més demandades

En la creació, els perfils més demandats són l'escriptor/a, l'agent editorial, l'animador/a o el/la músic/a. En el de la producció i difusió, alguns dels perfils més demandats són el/la planificador/a cultural, el/la responsable de patrocini, l'editor/a, el/la productor/a musicals, l'enginyer/a de so, l'enginyer/ a de software de gràfics o l'auxiliar de reprografia.

Projecció futura

Les indústries culturals és un sector amb força projecció en el conjunt de l'economia catalana. Tanmateix, caldrà que aquestes activitats s'enfrontin a la situació de crisi actual i superin els reptes de finançament se'ls plantegen en un mercat com l'actual, tant des del vessant de l'oferta de productes culturals, com des del vessant de la demanda, amb variacions importants en la dimensió i característiques d'ambdós.

Debilitats

Una de les tendències més generalitzades del sector és la concentració en grans grups empresarials, especialment en alguns àmbits com la premsa o la indústria fonogràfica, que poden limitar el desenvolupament d'estratègies empresarials vinculades al territori català. En aquest sentit, s'evidencia la necessitat de dissenyar estratègies de gestió empresarial per tal de superar certes dependències de l'àmbit privat vers el públic.

Oportunitats

La reducció de les barreres tecnològiques d'entrada i la pèrdua d'importància de la localització en la producció i creació de continguts poden afavorir iniciatives empresarials vinculades amb nous mercats emergents, especialment, en l'àmbit audiovisual i multimèdia.

01 Presentació del sector

Tot i els diferents debats respecte a la delimitació del sector cultural i específicament de les indústries culturals, s'ha assolit un cert consens respecte a la definició – tot i que amb un caràcter restrictiu – d'aquestes indústries.

Així, les indústries culturals fan referència a aquells sectors culturals proveïdors de productes culturals massius, reproduïbles mecànicament o difosos massivament; és a dir, comprèn la indústria del llibre, de la premsa, dels fonogrames, de l'audiovisual. Així mateix, i en la línia de les recents valoracions dels experts, s'inclouen, galeries d'art i les arts escèniques, tot i que aquest últim també es pot considerar un àmbit de la cultura amb identitat pròpia.

Tanmateix, des d'una perspectiva més àmplia, s'ha tendit a englobar el conjunt de l'activitat econòmica cultural sota el concepte d'indústria cultural, amb independència de la capacitat de producció en sèrie o distribució massiva dels diferents béns i serveis.

En altres casos, com en el de la llei catalana de creació de l'Institut d'Indústries Culturals (2000), aquest concepte ha estat utilitzat per definir el conjunt de les activitats mercantils lligades a la producció privada de béns i serveis culturals. Fins i tot, altres delimitacions del sector el vinculen a la generació de drets d'autoria. Recentment, el debat també s'ha estès a la distribució entre les indústries culturals i les indústries creatives.

02 Principals àmbits d'activitat

En primer lloc, cal assenyalar que dins de l'àmbit de les indústries culturals es podrien identificar aquelles activitats vinculades amb sectors que podrien considerar-se "nuclears" i sectors "dependents".

En general, es poden considerar que les indústries culturals "nuclears" són les que acumulen i reproduïen més quantitat de coneixement i aprofiten com a eina usual i rendible les noves tecnologies. Un exemple seria l'audiovisual i, més concretament, subsectors com la televisió, el cinema i la major part de les activitats que conformen el mapa audiovisual. En definitiva, són les indústries de les idees, idees que esdevindran continguts, que poden ser difosos en diferents suports (pel·lícules, revistes, programari, cançons).

Dins d'aquestes indústries es poden incloure diversos àmbits:

- Elaboració de productes: edició, arts gràfiques i reproducció de suports gravats.
- Comerç: comerç al detall de llibres, diaris i papereria.
- Serveis: consultoria en equips i programes d'informàtica; procés, tractament i base de dades; manteniment d'equips i altres serveis informàtics; publicitat; fotografia; cinema i vídeo; ràdio i televisió; activitats artístiques i d'espectacles: activitats de biblioteques i institucions culturals.

Per la seva banda, genèricament, les indústries culturals "dependents" són les indústries que fabriquen aparells o instruments destinats a fer accessibles aquells continguts (culturals). Naturalment, es basen en una producció i economia manufacturera. Els sectors dependents fabriquen aparells de televisió, reproductors musicals, ordinadors, etc.

Dins d'aquestes indústries es poden incloure també diversos àmbits:

- Elaboració de productes: fabricació de màquines d'oficina i equips informàtics; aparells de recepció, gravació i reproducció de so i imatge.
- Comerç: comerç a l'engròs d'aparells electrodomèstics, ràdio i televisió; comerç al detall d'aparells electrodomèstics, ràdio, televisió i so.

Cal assenyalar que el present informe fa referència exclusivament a les anomenades indústries "nuclears".

Des d'aquesta perspectiva, el sector de les indústries culturals abasta els següents subsectors d'activitat:

Subsector del llibre

Per a l'anàlisi del subsector del llibre s'han diferenciat els següents quatre àmbits d'activitat econòmica:

- Arts gràfiques en llibres.
- Edició de llibres.
- Distribució a l'engròs de llibres.
- Comerç al detall de llibres (llibreries).
-

L'evolució d'aquestes activitats a Catalunya durant els darrers anys es caracteritza principalment per les següents qüestions:

- Les activitats de la indústria d'arts gràfiques de Catalunya i d'Espanya, tant en general com les específicament relacionades amb la producció de llibres, han seguit una evolució força irregular aquests darrers anys. Aquest fet sembla reflectir que aquest sector està passant una fase d'importants transformacions.
- Si es considera el sector en el seu conjunt, tant les dades de la "Federación Empresarial de Industrias Gráficas de España – FEIGRAF" relatives a Espanya com de les de l'Enquesta Industrial elaborada per el "Instituto Nacional de Estadística (INE)" i que fan referència a Catalunya, mostren una davallada. Aquest fet es dona especialment en relació al nombre de treballadors/es.

- Les activitats d'edició de llibres de Catalunya (com del conjunt d'Espanya) reflecteixen la situació de maduresa d'aquest sector amb variacions molt petites en el volum de vendes en el mercat interior durant els darrers anys.
- Així, durant el període 2002-2007, la posició del sector editorial català en el conjunt del mercat interior espanyol ha representat al voltant del 54% de les vendes totals. Sembla haver-se estabilitzat la situació d'anys anteriors, quan hi hagué una davallada ininterrompuda del pes del sector editorial de Catalunya en el mercat interior d'Espanya (l'any 1994, aquest representava el 61,8% del mercat espanyol).
- La situació actual del sector de la distribució de llibres es caracteritza per l'existència d'una forta concentració empresarial i territorial a Madrid. L'any 1999, les empreses de Catalunya concentraven al voltant del 40% de l'activitat (en termes d'exemplars editats i de vendes), mentre que des del 2003 ençà aquest percentatge s'ha situat entre el 10% i el 15%.
- Aquest procés no ha suposat, necessàriament, la desaparició de societats localitzades a Catalunya, sinó que fonamentalment s'explica per l'enfortiment de les empreses matriu o grups situats a Madrid, que exerceixen com a centres de decisió d'una xarxa de subdistribuïdors.
- Per últim, les dades disponibles indiquen que el pes del mercat de venda de llibres a Catalunya respecte del conjunt del mercat interior d'Espanya ha baixat en els darrers anys. Concretament, el percentatge de les vendes localitzades a Catalunya sobre el total de vendes de l'estat ha passat del 23,0% el 2005 al 21,5% el 2007.

A més, cal afegir que les vendes a través del canal llibreria han experimentat una disminució a Espanya durant els mateixos anys (passant del 48,8% el 2005 al 47,3% el 2007). Cal tenir en compte que aquest percentatge arribà a ser del 51,5% el 2003. Aquesta evolució s'explica per la forta caiguda de les vendes a través del canal llibreria independent, que no ha estat compensada per l'activitat de les cadenes de llibreries.

Per tant, tot indica que hi ha hagut una disminució de l'activitat del subsector de les llibreries de Catalunya durant els darrers anys.

Subsector de la premsa

Per a l'anàlisi del subsector de la premsa, s'han diferenciat els següents tres àmbits d'activitat econòmica:

- Edició de premsa (diària i no diària).
- Distribució a l'engròs de premsa.
- Comerç al detall de premsa.

L'evolució d'aquestes activitats a Catalunya durant els darrers anys es caracteritza principalment per les següents qüestions:

- En general, les dades disponibles sobre la premsa diària (tant a nivell de difusió, com econòmic) indiquen una situació d'estancament de la seva activitat, amb oscil·lacions segons l'any i el tipus de publicació.
- Concretament, el 2007, la difusió del conjunt de diaris de Catalunya se situà en 702.409 exemplars, assolint el valor més baix des del 2003. La tendència a la disminució de la difusió dels diaris editats a Catalunya durant aquest període s'esdevé sobretot en l'apartat dels diaris esportius, amb una difusió de 201.001 exemplars el 2007 (any en el que la difusió d'aquests assoleix el valor més baix comparativament amb els 10 anys anteriors). Per contra, en el cas dels diaris d'informació general d'àmbit català, la xifra de difusió del 2007 és la més elevada del període (amb 416.771 exemplars). En el cas dels diaris d'informació general d'àmbit local i comarcal, s'observa una situació d'estabilitat, amb xifres de difusió properes als 85.000 exemplars durant la darrera dècada.
- Pel que fa a la inversió en publicitat als diaris, hi ha un notable increment del 2005 al 2007 a Espanya, passant respectivament de 1.666 milions d'euros a 1.894 milions d'euros. Les dades disponibles apunten, però, una forta caiguda de la inversió publicitària el 2008 en aquest mitjà de comunicació.
- En el cas de la premsa no diària, els ingressos en concepte de publicitat també han experimentat un notable creixement del 2005 al 2007, però registren una forta davallada de la inversió publicitària a partir de l'any 2008.
- El pes relatiu de les empreses de distribució de publicacions periòdiques amb seu a Catalunya respecte del mercat espanyol s'ha mantingut en els darrers deu anys. L'importància relativa es pot mesurar mitjançant el percentatge de vendes (que es situa al voltant del 17%) i dels exemplars distribuïts a Espanya (que es situa a l'entorn del 19%).
- Finalment, en relació al comerç al detall de premsa a Catalunya, les dades disponibles reflecteixen una certa crisi en aquest sector d'activitat. Així, ha disminuït el cens d'establiments comercials que tenen per activitat principal el comerç de llibres i diaris, així com el seu volum de negoci.

Subsector de l'audiovisual

Per a l'anàlisi del subsector de l'audiovisual, s'han diferenciat els següents àmbits d'activitat econòmica:

- Producció audiovisual.
- Distribució audiovisual.
- Exhibició cinematogràfica en sala.
- Videoclubs.
- Televisió pública.
- TDT privada.
- Ràdio (pública i privada).

En l'apartat de la producció audiovisual, les dades disponibles indiquen una evolució positiva d'aquesta activitat a Catalunya.

Concretament, la producció cinematogràfica a Catalunya ha seguit una tendència de creixement que es manifesta a diferents nivells:

- En termes de llargmetratges produïts anualment, s'ha passat d'un total de 42 títols el 2005, a 78 el 2007, increment que s'ha donat tant en l'àmbit de les produccions com de les coproduccions.
- Així mateix, la xifra d'empreses catalanes que han participat cada any en la producció d'una pel·lícula ha experimentat un notable increment: 33 el 2005 i 54 el 2007.
- Finalment, també es fa palès un fort augment del nombre d'espectadors/es que assisteixen a l'exhibició en sala de les pel·lícules de productores catalanes a Catalunya: d'1.348.143 espectadors/es el 2005 a 2.073.789 el 2007. Aquesta dada és especialment rellevant si es té en compte que durant aquests anys hi ha hagut una reducció del total d'espectadors/es en sala de cinema a Catalunya.
- L'àmbit de la distribució audiovisual de Catalunya s'ha mantingut sense canvis en els darrers anys.
- Com ja s'ha assenyalat anteriorment, l'activitat d'exhibició cinematogràfica de Catalunya ha seguit una tendència de descens del nombre d'espectadors/es, ja iniciada l'any 2002. No obstant això, la recaptació en taquillaatge de les sales de cinema ha experimentat un lleuger creixement del 2005 al 2007.
- Els efectes del canvi tecnològic (i de la pirateria) sobre la difusió de les obres audiovisuals en suport DVD/videogrames han continuat manifestant-se a Espanya durant els darrers anys. Concretament, i segons dades de l'Observatori Europeu de l'Audiovisual, les vendes en el mercat de DVDs d'Espanya han passat de 687,9 milions d'euros el 2005 a 567,7 milions d'euros el 2007. Tot indica, si es tenen en compte les tendències existents en els mercats internacionals, que aquest sector d'activitat seguirà en aquesta línia d'evolució negativa els propers anys.
- L'any 2008, el cens de contribuents a l'Impost d'Activitats Econòmiques corresponents a l'activitat lloguer de pel·lícules de vídeo (Epígraf 8562) es va situar en 1.591 empreses, front a les 2.050 del 2006. Sens dubte, aquestes dades reflecteixen clarament la profunda crisi que està experimentant aquest àmbit.
- Es constata una important disminució de la dotació de recursos humans a TVE – Sant Cugat, com a impacte de l'expedient de regulació d'ocupació implementat a aquesta empresa pública a partir del 2006. Conseqüentment, les despeses de personal de TVE – Sant Cugat, i el seu pressupost de despesa corrent, també han disminuït.
- En el cas de TV3, l'evolució del pressupost de despesa corrent segueix una línia clarament ascendent d'ençà l'any 2005. El personal d'aquesta empresa s'ha mantingut sense canvis substancials.
- La clarificació progressiva del mercat televisiu de Catalunya com a conseqüència de la introducció de la TDT permet fer una certa aproximació sobre la dimensió econòmica del subsector de la TDT privada (tot i que les dades disponibles corresponen a l'any 2007, període en el que encara no s'havia assolit el ple desplegament de les empreses adscrites a aquest àmbit).
- Així, es pot assenyalat que la TDT privada de Catalunya s'ha estructurat de la següent manera:
- Grups amb activitat per al mercat espanyol: amb dos prestadors que tenen una notable cobertura en el mercat televisiu de Catalunya (urBeTV amb el 30,7% de la població total, i Localia TV amb el 46,6%), i quatre altres prestadors els quals cobreixen àrees que representen menys del 15% de la població total de Catalunya.
- Grups de projecció al mercat català: Emissions Digitals de Catalunya (Grup Godó) que opera donant cobertura al total del mercat català, Canal Català que dona servei al 81,5% de la població de Catalunya, i

dos grups (Teletaxi TV i 25 TV/TV Igualada) que cobreixen entre un 25% i un 33% de la població total de Catalunya.

- Grups comarcals i locals multimèdia: vuit prestadors d'àmbit local, els quals tenen una cobertura molt marginal del mercat televisiu català (menys d'un 10% de la població de Catalunya).
- Empreses de televisió locals: vuit prestadors d'àmbit local, els quals també cobreixen parts molt marginals del mercat televisiu català (menys d'un 15% de la població total).
- Aquestes dades posen de manifest que la majoria dels prestadors privats de TDT de Catalunya tenen per objecte mercats potencials de dimensions molt reduïdes, fet que sens dubte té (i previsiblement tindrà) efectes directes sobre la dimensió econòmica d'aquestes empreses.
- Per últim, en els mercats de la ràdio (publica i privada) de Catalunya cal continuar destacant l'increment de l'activitat de la ràdio privada a Catalunya, fet que es dona sobretot en el mercat interior de Catalunya per la consolidació de les emissores del Grup Godó.

Subsector de la fonografia

Per a l'anàlisi del subsector dels fonogrames, s'han diferenciat els següents àmbits d'activitat:

- Producció de fonogrames.
- Distribució de fonogrames.
- Comerç al detall de fonogrames.

Sobre la base de les dades econòmiques disponibles al mercat de la producció de fonogrames a Espanya, poden destacar-se els següents trets més característics d'aquesta activitat a Catalunya durant els darrers anys:

- El pes de les empreses editores de fonogrames de Catalunya ha passat de representar aproximadament el 18% de les vendes totals del mercat interior espanyol l'any 2003 al 7,9% el 2007. Aquest fet s'explica per l'adquisició de l'empresa Vale Music per part de la multinacional Universal (amb seu a Madrid). Cal tenir en compte que Vale Music concentrava fins l'any 2005 més de la meitat de les vendes realitzades per les empreses catalanes del sector.
- La resta del sector de la producció discogràfica es va distribuir de la següent manera: al voltant del 85% corresponia a les grans Majors amb seu a Madrid; i el 8% restant a altres empreses independents.

En relació al comerç al detall de fonogrames, es manté la tendència negativa d'evolució de les vendes en el mercat interior espanyol iniciada l'any 2002. Aquest fet (que és conseqüència -entre altres factors- de la pirateria, el desenvolupament de les xarxes de comunicació, etc.), té efectes directes sobre l'activitat de comerç al detall de fonogrames a Catalunya.

Subsector de les arts escèniques

Per a l'anàlisi del sector de les arts escèniques s'han diferenciat dos subsectors d'activitat:

- Producció escènica.
- Exhibició escènica.

L'estadística del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya proporciona la informació bàsica de referència per a fer un seguiment de l'evolució de l'activitat d'aquests sectors:

- Per un costat, hi ha les companyies de teatre i dansa de Catalunya, l'activitat de les quals en termes econòmics ha seguit una tendència de creixement d'ençà 2004. Aquest subsector compta amb un protagonisme destacat dels agents privats (front als de titularitat pública).
- Per un altre costat, hi ha l'exhibició d'espectacles escènics on existeix una elevada presència d'agents públics. En aquest cas, es manté un creixement lleuger i sostingut d'aquesta activitat aquests darrers anys.

Subsector de les galeries d'art

Les galeries d'art constitueixen un subsector del sector de les arts plàstiques i visuals, i aglutina el conjunt d'establiments comercials que tenen per funció la compravenda al detall d'obra d'art plàstica, a més a més de la difusió d'aquests productes.

La funció comercial de les galeries d'art suposa que en la seva integritat són d'iniciativa privada i amb ànim de lucre. Aproximadament la meitat de les galeries de Catalunya són titularitat de professionals autònoms/es, mentre que les restants pertanyen a societats civils o mercantils. Les dades disponibles reflecteixen el relatiu grau d'atomització d'aquest sector a Catalunya.

03 Tendències del sector

El sector està vinculat, cada cop més, a un procés constant d'adaptació a la demanda. Aquesta vinculació requerirà desenvolupar processos d'innovació i disseny de nous productes per part d'aquelles empreses i professionals que desitgin assolir un elevat grau de competitivitat i posicionament en el mercat.

Un sector amb una expansió sostinguda

En relació a la seva tendència de creixement, les activitats que s'agrupen sota el rètol d'indústries culturals han mostrat una considerable expansió des dels inicis de la dècada dels anys 80 (i especialment, en els últims anys); tant a Catalunya, com arreu dels països més desenvolupats. En aquest període, l'augment del pes de les indústries culturals tradicionals (el sector de l'edició de llibres i el de la premsa escrita) i, sobretot, d'aquelles activitats més relacionades i impulsades per la progressiva difusió de les tecnologies de la informació i les comunicacions (el de l'audiovisual) ha estat molt significatiu i continuat. Així mateix, es preveu que aquesta tendència – tot i la conjuntura econòmica – segueixi presentant sent creixent.

Des de 1978 fins a 2009, la taxa de creixement anual acumulativa del valor afegit en aquest sector fou molt propera al 4% (molt per sobre de la taxa de creixement del conjunt de l'economia que fou només d'un 2,2%); el mateix es pot dir de la tendència de creixement de l'ocupació, al voltant d'una taxa del 3,5%, que ultrapassà l'1% del conjunt de l'economia.

Es pot afirmar que aquesta tendència del sector es deu, essencialment, a tres factors que en el futur hauran de ser analitzats amb atenció per tal de preveure el futur de les indústries culturals, les següents: industrialització i internacionalització; creixement en la producció i diversitat de productes; i adaptació a noves conjuntures econòmiques. Les següents tres tendències que es descriuen fan referència a aquests tres factors.

Industrialització i internacionalització

El fort procés d'industrialització de moltes de les activitats culturals (sobretot aquelles que es poden replicar i difondre en sèries llargues, amb l'ajut de processos cada cop més automatitzats) està permetent (i ho farà amb més intensitat en els propers anys) la progressiva mercantilització dels seus productes. És el cas, singularment a Catalunya, de l'àmbit del llibre i de l'àmbit emergent de l'audiovisual.

Aquesta industrialització, a més, permet assolir mercats més extensos, no només d'abast nacional, sinó també d'abast internacional. Tanmateix, aquest fet comportarà una adaptació constant del sector a les noves demandes (per als nous mercats).

Creixement en la producció i diversitat de productes

L'expansió progressiva del volum de productes procedents d'aquestes indústries culturals. Es tracta de béns i serveis, el consum dels quals tendeix a créixer amb l'augment continuat de la renda per càpita de la població (són productes d'una elasticitat – renda alta).

Cal tenir en compte, però, que a més de l'augment en el volum de la producció, aquest sector està vinculat a un procés constant d'adaptació a la demanda. Aquesta vinculació requerirà de processos d'innovació i disseny de nous productes en aquelles empreses i professionals que desitgin assolir un elevat grau de competitivitat i posicionament en el mercat.

Adaptació a noves conjuntures econòmiques

Les tendències de creixement del sector de les indústries culturals a Catalunya (com en la major part de les economies desenvolupades) han estat estimulades pel suport que han rebut de l'àmbit públic, tant en forma de

subvencions o altres transferències, com en forma de desgravacions i, en general, d'un tractament fiscal favorable. Les Administracions Públiques han adoptat mesures d'estímul d'aquestes activitats (en infraestructures, tecnologies i activitats comercials), tant per raons directament econòmiques –de promoció de les seves condicions de competitivitat en mercats (especialment a nivell internacional) amb un fort dinamisme–, com per raons de salvaguarda d'unes activitats que juguen un paper cabdal en la creació i difusió de símbols i altres actius intangibles que tenen un paper cabdal en la configuració i consolidació de les identitats culturals col·lectives. Tanmateix, en els propers anys, les indústries culturals hauran de dissenyar estratègies empresarials que facin possible la seva consolidació, sense un suport tant intens per part del sector públic.

Lideratge dels sectors culturals de Catalunya

El tret que tradicionalment ha caracteritzat l'estructura de les indústries de la cultura de Catalunya ha estat el contrast entre la fortalesa del sector de l'edició (sobretot de llibres) i el menor pes en l'àmbit estatal de la producció audiovisual i fonogràfica (sectors on aquests darrers anys han predominat les activitats de comercialització interior). Aquest fet es tradueix en la posició de lideratge que té l'àmbit del llibre a Catalunya en el conjunt del mercat espanyol des de fa ja dècades, mentre que l'audiovisual i la música gravada que s'hi produeixen tenen un impacte comparativament menor en els mercats (és el cas del cinema) o bé estan destinats a segments de públic molt específics (com en el cas de la indústria fonogràfica). Tanmateix, en els darrers anys, el ritme de creixement de les activitats audiovisuals ha estat força notable; aquest àmbit és, actualment, el més gran a Catalunya, tant en termes de valor afegit com de creació de llocs de treball.

La digitalització, un dels principals motors del desenvolupament de la indústria

Les indústries culturals han de fer front a un context caracteritzat principalment per la velocitat en que es desenvolupen i es difonen les TIC digitals, que tenen repercussions notables sobre el conjunt de la cadena de valors del sector, des de la creació a la producció, fins a la distribució i el consum de béns i serveis culturals. Per exemple, la disponibilitat d'infraestructures tecnològiques de banda ampla a tot el territori (zones urbanes i rurals) ofereix noves possibilitats a la creació i distribució de les obres culturals, que poden arribar a més públic i a un cost més assequible. En aquest sentit, la digitalització dels productes o la seva producció directament en format digital esdevindrà un repte a futur si es vol assegurar una oferta adequada a la demanda.

No obstant, el desenvolupament de continguts culturals en format digital presenta també alguns condicionants, com és la millora de les competències digitals i d'educació dels/les professionals del sector i del públic consumidor. A més, una part de les indústries culturals, sobretot les que produeixen continguts enregistrats, han estat greument afectades per la pirateria i les pèrdues registrades amb la venda de suports físics (CD, DVD, etc.), la qual cosa n'ha compromès el desenvolupament, ha reduït la seva base d'ingressos i, per tant, ha limitat el seu potencial de creació d'ocupació i d'inversió. Malgrat això, aquest fet ha servit perquè la indústria es dotés d'altres models de negoci innovadors, sobretot, de venda per Internet i de creació de paquets de continguts culturals integrals.

D'altra banda, convé destacar que la interoperabilitat pot tenir un paper cabdal en la instauració de condicions d'accessos equitatius per a les noves plataformes i als nous equipaments. Així, la interoperabilitat és important no només per les empreses productores de serveis culturals sinó també per a les que els han de consumir.

04 El sector en xifres

Dades econòmiques

- Els pressupostos de 2011 situen la despesa en cultura en 282,3 milions d'euros, un 15,6% menys que el 2010.
- El pressupost 2011 de l'Institut Català de les indústries culturals és de 64.672.192,33; les despeses d'estructura arriben a 6.065.525,47, el 9,4%; les despeses per activitat a 6.619.935,10, un 10,2%; i els ajuts directes al sector a 51.986.731,76, un 80,4%.
- La balança comercial d'Espanya amb el món en el sector indústries culturals el 2010 és el següent: el valor de les importacions arriba a 1.282,57 milions d'euros i el valor de les exportacions a 981,43 milions d'euros. Pel que fa a Catalunya el valor de les importacions arriba a 371,61 milions d'euros i el valor de les exportacions a 483,04 milions d'euros.
- Segons les últimes dades disponibles en la publicació estadística de 2011 de l'Institut Català de les Indústries Culturals, el PIB del sector cultural a Espanya el 2008 era de 31.094 milions d'euros, un 2,9% del PIB espanyol.
- La distribució del PIB del sector cultural per àmbits d'activitat el 2008 va ser: 11.973 milions d'euros en llibres i premsa (38,5%); 9.157 milions d'euros en audiovisual i multimèdia (29,4%); 3.027 milions d'euros en arts plàstiques (9,7%); 1.712 milions d'euros en arts escèniques (5,5%); 1.232 milions d'euros en patrimoni (4%); 622 milions d'euros en arxius i biblioteques (2%); i 3.371 milions d'euros en activitats interdisciplinàries (10,8%).
- A juny de 2011, el consum de la població de productes de les indústries culturals es distribueix de la següent manera: el 92,1% consumeix televisió; el 54,9% ràdio; el 49,6% Internet; el 44,5% diaris; el 67,1% revistes; el 34,4% cinema; el 91,1% música; el 22,6% videojocs; el 60% llibres; el 31,3% exposicions; el 29,7% concerts; i el 26% espectacles.
 - Pel que fa a l'evolució dels consums culturals de la població, el 2010: el consum de televisió i ràdio es redueix un 0,2%, el de diaris un 0,8% respecte el 2009; el consum per Internet s'incrementa en un 5,4% el 2010 respecte el 2009; puja el consum de revistes (1,7%), cinema (0,5%), música (0,5%), videojocs (1,5%), llibres (0,4%), i visites a exposicions (0,3%); i el consum d'espectacles es redueix en un 1,1%.
- Segons l'últim "Informe Anual de los Contenidos Digitales en España, 2010 de l'ONTSI", la facturació de la indústria de continguts i serveis audiovisuals a Espanya va ser el 2009 de 17.592 milions d'euros, 8.004 dels quals es corresponen a la facturació de continguts digitals.
- La distribució de la facturació de continguts digitals a Espanya per àmbits el 2009 segons el mateix informe és de: 40,8% en audiovisual; 29,2% en cinema i vídeo; 8,2% en publicitat *online*; 11,2% en publicacions; 8% en videojocs; i 1,4% en altres àmbits culturals.
- La facturació del llibre digital a Espanya va arribar a 70,5 milions d'euros el 2010, un 2,4% de la facturació digital respecte al total, i 0,8% més que el 2009.
- El total facturat a Espanya per editorials catalanes el 2010 va ser de 1.434,97 milions d'euros (-9,66% respecte del 2009, que es va situar en 1.588,40 milions d'euros). Una tercera part d'aquests llibres es venen a Catalunya (448,86 milions d'euros). Les vendes de les editorials catalanes representen el 49,6% de la facturació espanyola en el mercat interior (2.890,80 milions d'euros, disminueix un 7% respecte del 2009).
- El nombre de pantalles de cinema a Catalunya el 2010 era de 809, 158 són digitals i 103 en 3D.
- Les pel·lícules de producció catalana i amb versió original catalana exhibides a Catalunya per espectadors/es i recaptació al primer semestre 2011 són: Pa negre, amb 237.590 espectadors/es i 1.510.379 euros de recaptació; Bruc, amb 48.696 espectadors/es i 308.183 euros de recaptació; Bicicleta, cullera, poma, amb 46.344 espectadors/es i 272.703 euros de recaptació; Herois, amb 36.304 espectadors/es i 231.674 euros de recaptació; La llegenda de l'innombrable, amb 23.859 espectadors/es i 154.631 euros de recaptació.

Dades d'ocupació

- El nombre de persones ocupades a Catalunya al sector cultural el 2010 era de 305.600.
- El nombre d'empreses culturals a Catalunya, segons les últimes dades disponibles en la publicació estadística de 2011 de l'Institut Català de les Indústries Culturals el 2009 era de 20.140 empreses. D'aquestes, 4.022 són empreses relacionades amb activitats de lloguer i comerç, i 16.118 empreses d'activitats de la indústria i de serveis culturals.
- De les empreses de la indústria i els serveis culturals (el 2011) 296 són biblioteques, arxius, museus i altres; 1.955 d'edició de llibres, premsa i activitats editorials; 2.071 de cinema, vídeo, ràdio, televisió i edició musical; 10 d'agències de notícies; 5.778 de disseny, creació artística i d'espectacles; 1.979 de fotografia; 3.954 d'arts gràfiques i reproducció de suports gravats; i 74 de fabricació de suports, imatge, so i instruments musicals.
- A Espanya, al 2010, el nombre de persones associades a llocs de treball culturals era de 508.700 persones, el que representa un 2,9% del total de les persones ocupades a l'Estat. D'aquestes, 303.600 són homes i 205.100 dones.
- De les persones ocupades al sector el 2010 a Espanya, 23.200 tenien educació primària, 204.000 educació secundària i 281.500 educació superior. El gruix de persones que s'ocupen al sector es troba entre els 25 i 49 anys amb 362.800 persones ocupades.
- De les 508.700 persones associades a llocs de treball culturals a Espanya el 2010, 41.600 (8,2%) ho feien en activitats de biblioteques, arxius, museus i altres activitats culturals; 59.900 (10,8%) en edició de llibres, diaris i altres activitats editorials; 68.500 (13,5%) en activitats cinematogràfiques, de vídeo, ràdio i televisió; 107.600 (21,2%) en altres activitats de disseny, creació, artístiques i d'espectacles; 103.900 (20,4%) en arts gràfiques, gravació, reproducció de suports, edició musical, imatge i so; i 132.200 (26%) en altres activitats associades al sector.

05 Perfils professionals més demandats

Perfils professionals de major qualificació

Perfil formatiu

En aquest sector, caldria distingir entre els i les professionals amb vinculació a la creació i producció de continguts, i aquells/es que fan possible la reproducció, edició, distribució i venda d'aquests continguts.

La formació específica i més especialitzada es troba localitzada principalment en l'àmbit de la creació. Ens aquests casos, a més és necessari una formació contínua i una capacitat de relació. En aquest cas, com a formació reglada es poden citar les llicenciatures en filologia, art dramàtic o dansa, entre d'altres, a més dels postgraus i màsters especialitzats en indústries culturals.

Pel que fa als i a les professionals de la reproducció, edició, distribució i venda dels continguts, tot i que també requereixen una formació especialitzada (en certs casos, de grau superior), resulta imprescindible l'adquisició d'experiència, en molts casos, en el propi lloc de feina. En aquest cas, es poden citar, com a formacions específiques, llicenciatures vinculades a la gestió com administració i direcció d'empreses o dret, i enginyeries com informàtica o telecomunicacions.

Perfil competencial

Donada la coexistència dels dos àmbits citats (creació i reproducció, edició, distribució i venda), cal assenyalar dos grups diferenciats de competències professionals. En l'àmbit de la creació és imprescindible, òbviament, la creativitat, però també l'aprenentatge i ús dels coneixements, estar contínuament al dia respecte a temes d'actualitat i de l'especialitat de cada professional.

En el cas dels i de les professionals de la reproducció, edició, distribució i venda de continguts, resulta imprescindible la iniciativa i les capacitats relacionals, però també altres qüestions vinculades a la planificació i l'organització, el treball en equip i cooperació, la comunicació i el *networking*.

Exemples de perfils professionals del Catàleg d'ocupacions del web Barcelona Treball

- ✓ [Director/a de línia editorial](#)
 - ✓ [Editor/a](#)
 - ✓ [Enginyer/a de software de gràfics](#)
 - ✓ [Agent editorial](#)
-

Perfils professionals de menor qualificació

Perfil formatiu

En aquest cas, la formació reglada (cicles formatius, especialment) resulta força important. Es poden citar, entre d'altres, els cicles formatius vinculats a les arts escèniques, de disseny gràfic, informàtica o gestió de projectes.

Aquesta formació es complementa amb la formació ad hoc en el propi lloc de treball. L'experiència moltes vegades s'obté a través de la figura de l'aprenent (com és el cas de l'auxiliar de reprografia, l'enquadernador/a o l'indexador/a).

Perfil competencial

Els requeriments en aquests perfils es centren en qüestions com l'aprenentatge i la utilització de coneixements, l'orientació a l'assoliment d'objectius, la preocupació per l'ordre i la qualitat, la flexibilitat i la capacitat de gestió del canvi, el treball en equip, així com la planificació i l'organització. En molts casos, quan el desenvolupament de la feina

implica a un grup important de persones, la coordinació entre les mateixes i el coneixement de tot el procés de producció també resulten molt rellevants.

Exemples de perfils professionals del Catàleg d'ocupacions del web Barcelona Treball

- ✓ [Auxiliar de reprografia](#)
 - ✓ [Enquadernador/a](#)
 - ✓ [Indexador/a](#)
 - ✓ [DJ](#)
-

06 Escenaris de futur

Debilitats

- Quan es parla d'indústries culturals cal fer referència obligada a un aspecte inherent a l'estructura d'aquest sector econòmic a Catalunya. Tot i l'evolució positiva del sector i dels esforços, tant dels estaments públics com privats, el mercat cultural català presenta una dimensió relativament reduïda.
- A Catalunya, les indústries culturals mostren encara un fort retard d'implantació en l'àmbit audiovisual en comparació amb altres territoris, especialment amb la Comunitat de Madrid (on es concentra moltes de les principals empreses d'aquest sector a nivell estatal).
- L'àmbit de l'audiovisual mostra considerables dèficits de penetració en els mercats exteriors; moltes empreses estan encara massa orientades al mercat català (i nacional), i això, limita considerablement la seva capacitat d'expansió.
- Així mateix, en alguns àmbits –llibre, premsa, audiovisual– de les indústries culturals es detecta una certa dependència d'algunes de les empreses respecte al finançament de caràcter públic. Aquesta situació es pot veure agreujada davant situacions de crisi econòmica.
- Les indústries culturals i creatives disposen d'un potencial molt poc explotat de creació de creixement i d'ocupació. Per posar remei a aquesta situació, Europa ha de trobar noves fonts de creixement intel·ligent, sostenible i inclusiu i invertir en aquests segments de mercat per assegurar-se el relleu.
- Cal una informació més àmplia respecte a aquest sector, sobretot estadístiques harmonitzades, per tal de fer un millor seguiment de les indústries culturals i d'analitzar-ne la situació, les tendències, les dificultats i els reptes actuals.

Amenaces

- La distribució dels productes culturals va més enllà d'una eficient estructura logística (malgrat la gran importància que aquesta continua tenint) que englobi la intermediació, la gestió de les relacions mercat-xarxa i la localització de l'oferta comercial. El control sobre els canals de distribució ha condicionat i condicionarà la quota de mercat de les empreses.
- El fet que la intermediació tendeixi a estar, gairebé en tots els àmbits que conformen les indústries culturals, molt concentrada en mans de grans grups empresarials (sobretot, estrangers) i centralitzada territorialment (en molts casos, en la Comunitat de Madrid), no beneficia les indústries culturals catalanes, i pot restringir, en un futur immediat, la seva capacitat d'expansió.
- L'absència d'empreses d'una grandària suficient i amb capacitat de penetració en mercats internacionals pot dificultar, en un horitzó proper, la pervivència de l'activitat competitiva en alguns subsectors, aspecte que ja es fa palès en els àmbits de l'edició discogràfica i de l'audiovisual.

Fortaleses

- Catalunya, amb Barcelona al capdavant, és considerada un centre de creativitat de referència a nivell europeu amb una bona tradició en alguns àmbits (llibre, imatge, publicitat).
- S'ha aconseguit generar un atractiu suficient en algunes infraestructures com per atraure un considerable flux de professionals de l'estranger.
- L'àmbit del llibre gaudeix d'una sòlida i llarga tradició empresarial i ha mostrat una gran capacitat de diversificació i de difusió a nivell internacional. A aquest àmbit se li ha afegit, en els darrers temps, l'expansió continuada de l'àmbit de l'audiovisual, que ha començat a destacar (a nivell estatal i internacional) en alguns segments de mercat com els documentals i les pel·lícules d'animació i els videojocs. A més, la facturació dels llibres digitals es va disparar el 2010 respecte a anys anteriors, i es preveu que continuï en aquesta línia.
- Les activitats i les empreses més dinàmiques de l'àmbit cultural català són motors a Espanya en la

professionalització i la innovació de la gestió.

- El teixit empresarial català vinculat a les indústries culturals ha estat pioner en estratègies de distribució multicanal i de sistemes telemàtics de venda d'entrades.
- Els continguts culturals juguen un paper determinant en el desenvolupament de la societat de la informació, ja que fomenten les inversions en les infraestructures i serveis de banda ampla, les tecnologies digitals i nous dispositius de telecomunicacions destinats al gran públic.

Oportunitats

- La reducció de les barreres d'entrada tecnològiques ha suposat i suposarà una de les oportunitats més importants en l'emprenedoria d'iniciatives empresarials vinculades a l'àmbit de la cultura.
- Des d'aquesta mateixa perspectiva, un altra circumstància força present en les indústries culturals és la pèrdua d'importància de la localització, la creació i la producció i difusió de continguts.
- Catalunya disposa d'una bona dotació de recursos humans especialitzats en competències associades a moltes activitats de l'audiovisual. Compta també amb una bona xarxa de centres de formació professional i d'ensenyament superior en aquest àmbit de la producció de continguts audiovisuals i de comunicació. Aquestes circumstàncies, juntament amb un adequat foment de l'esperit emprenedor, poden generar unes bones oportunitats per desplegar noves iniciatives empresarials que estiguin en disposició d'assolir una posició competitiva en els mercats internacionals, especialment, en els àmbits de la producció audiovisual i multimèdia.
- Estudis recents (*Study on the economy of culture in Europe*, dirigit per KEA a petició de la Comissió Europea); han revelat que les indústries culturals i creatives es componen d'empreses altament innovadores dotades d'un gran potencial econòmic i que constitueixen un dels sectors més dinàmics d'Europa. De fet representen un 2,6 % del PIB de la UE, i posseeixen un fort potencial de creixement i donen ocupació de qualitat a uns 5 milions de persones arreu de la UE-27.
- Cal que el sector aprofiti millor les oportunitats vinculades a la diversitat cultural, la globalització i la digitalització, ja que constitueixen els principals motors del seu desenvolupament. En aquest sentit, és important incrementar la capacitat d'experimentació, d'innovació i d'èxit dels empresaris/es del sector, i facilitar l'accés al finançament i a l'adquisició de les competències apropiades per fer-ho; facilitar el desenvolupament de les indústries culturals en el seu entorn local i regional perquè esdevingui un trampolí cap a una millor presència internacional; i evolucionar cap a una economia creativa.
- Reforçar els ajuts associats als intercanvis i la mobilitat internacional dels i les professionals del sector.
- El desenvolupament de continguts i de plataformes digitals integradores de l'oferta de productes i serveis culturals a Internet permet a la indústria crear nous models de negoci adaptats a la demanda global.

07 Enllaços d'interès

Organismes internacionals

European Institute for Comparative Research

<http://www.ericarts.org>

International Network for Arts and Business

<http://www.artsmanagement.net>

The Europe of Cultural Co-operation

http://www.coe.int/t/e/cultural_co-operation

European Commission – Culture

http://ec.europa.eu/culture/index_en.htm

UNESCO – Culture: Creative Industries

<http://www.unesco.org/new/index.php?id=18630&L=0>

Organismes nacionals

Sociedad General de Autores y Editores (SGAE)

<http://www.sgae.es/>

Federación Española de Cámaras del Libro (FEDECALI).

<http://www.fedecali.es>

Agencia Española del ISBN

<http://www.mcu.es/libro/CE/AgenciaISBN.html>

Generalitat de Catalunya – Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació

<http://www20.gencat.cat/portal/site/CulturaDepartament/>

Institució de les Lletres Catalanes

<http://cultura.gencat.net/ilc/>

Institut Català de les Indústries Culturals

<http://www.gencat.cat/cultura/icic/>

Ajuntament de Barcelona – Institut de cultura de Barcelona

<http://www.bcn.cat/icub>

Esdeveniments internacionals (fires, congressos, etc.)

Buchmesse Frankfurt

<http://www.book-fair.com/>

MIPCOM

<http://www.mipworld.com>

Informal European Theatre Meeting (IETM)

<http://www.ietm.org>

New York International Fringe Festival (FringeNYC)
<http://www.FringeNYC.org>

Esdeveniments nacionals (fires, congressos, etc.)

Liber-Feria Internacional del Libro
<http://www.liber.ifema.es/>

Feria del Libro de Madrid
<http://www.ferialibromadrid.com/>

Escenium
<http://www.escenium.com>

Mercat de Música Viva de Vic
<http://www.mmvv.net>

Festival d'Estiu de Barcelona Grec
<http://www.barcelonafestival.com/web/boletin.php>

Festival Internacional de Cinema de Catalunya
<http://www.cinemasitges.com/>

Portals temàtics internacionals

International Publishers Association (Unión Internacional de Editores)
<http://www.internationalpublishers.org/>

European Booksellers Federation
<http://www.ebf-eu.org/>

Unió de Teatres Europeus (UTE)
<http://www.ute-net.org>

Portals temàtics nacionals

Fundació d'Audiències de la Comunicació i la Cultura
<http://www.fundacc.org>

Promusicae
<http://www.promusicae.es>

Federación de Gremios de Editores de España (FGEE)
<http://www.federacioneditores.org/>

Federación de Asociaciones Nacionales de Distribuidores de Ediciones (FANDE)
<http://www.fande.es>

Red de teatros, auditorios, circuitos y festivales de titularidad pública
<http://www.redescena.net>

Federación Estatal de Asociaciones de Empresas Productoras de Teatro y Danza
<http://www.faeteda.org>

Cofinançat per:

