

Una visió sectorial de l'economia de la cultura a Catalunya

Xavier Cubeles

BCF Consultors

Professor d'Economia de l'Audiovisual

Universitat Pompeu Fabra

1

Introducció

Els sectors culturals configuren un mosaic d'activitats de naturalesa econòmica molt diversa. No obstant això, hi ha certs elements comuns en aquestes activitats que en justifiquen el tractament conjunt: tenen “uns modes de formació de la demanda anàlegs”, i totes es caracteritzen pel fet que el treball d'un creador artístic “està al cor de la formació de valor” (Benhamou, 1996). Més concretament, es pot fer una aproximació al concepte d'activitat cultural sobre la base de les tres característiques següents (Throsby, 2001):¹

- a) “són activitats que impliquen alguna forma de creativitat en la seva producció,

- b) que fan referència a la generació i comunicació de significat simbòlic, i
c) el producte de les quals representa, almenys en potència, una forma de propietat intel·lectual.”²

1. Com el mateix David Throsby reconeix, aquestes tres característiques “pressuposen un nou conjunt de definicions; paraules com *creativitat*, *significat simbòlic* i fins i tot *propietat intel·lectual* precisen de certa elaboració” (que l'autor analitza en el llibre). Tot i això, pot acceptar-se “una interpretació comuna d'aquests termes” que “permeti seguir endavant amb una definició útil de cultura en un sentit funcional” (Throsby, 2001, pàg. 18-19).

2. La legislació espanyola defineix l'objecte de la propietat intel·lectual (article 10 del Text refós de la Llei de propietat intel·lectual, Reial decret legislatiu 1/1996) de la manera següent: “totes les creacions originals literàries, artístiques o científiques expressades en qualsevol mitjà o suport, tangible o intangible, actualment conegut o que s'inventi en el futur, comprenent, entre elles:

- a) Els llibres, fulletons, impresos, escrits, discursos i al·locucions, conferències, informes forenses, explicacions de càtedra i qualsevol altra obra de la mateixa naturalesa.
- b) Les composicions musicals, amb o sense lletra.
- c) Les obres dramàtiques i dramaticomusicals, les coreogràfiques, les pantomimes i, en general, les obres teatrals.
- d) Les obres cinematogràfiques i qualsevol altra obra audiovisual.
- e) Les escultures i les obres de pintura, dibuix, gravat, litografia, i les historietes gràfiques, còmics, així com els seus assaigs, esbossos i altres obres plàstiques, siguin o no aplicades.
- f) Els projectes, plànols, maquetes i dissenys d'obres arquitectòniques i d'enginyeria.
- g) Els gràfics, mapes i dissenys relatius a la topografia, la geografia i, en general, a la ciència.
- h) Les obres fotogràfiques i les expressades per procediment anàleg a la fotografia.
- i) Els programes d'ordinador.”

En l'actualitat hi ha un ampli consens respecte a l'abast dels sectors culturals, que comprèn (almenys) les següents activitats:

- a) les arts visuals: obres d'art en pintura, escultura, obra gràfica, fotografia, etc.,
- b) les arts interpretatives: música en viu, teatre, dansa, i altres espectacles escènics,
- c) i les indústries culturals (en un sentit estRICTE): llibres, música enregistrada, audiovisual, multimèdia, etc.

No obstant això, cal tenir en compte que l'abast dels estudis relatius als sectors culturals no és sempre homogeni i coincident amb aquesta classificació –tal com es podrà constatar a les pàgines següents. En aquest sentit, cal fer tres consideracions a tall introductori:

- a) D'una banda, cal remarcar l'existència del sector del patrimoni cultural, que és una de les esferes d'intervenció cultural més rellevants en l'actualitat. Sobre aquest punt, s'ha de tenir en compte que en els models més avançats de política cultural, aquest concepte comprèn el conjunt de les manifestacions de la cultura: les arts visuals, les arts interpretatives i les indústries culturals.³ Per tant, es pot considerar que les activitats relacionades amb el patrimoni cultural es projecten de forma horitzontal a tots els sectors de la cultura, ja que en tots ells hi ha la necessitat de conservació (motiu pel qual aquesta activitat no s'ha identificat específicament en la relació exposada en el paràgraf anterior).
- b) D'altra banda, i pel que fa a les indústries culturals, s'ha de tenir present que en un sentit més ampli també s'hi inclouen –en certs casos– els mitjans de comunicació (premsa, ràdio i televisió), respecte als quals no hi ha unanimitat: poden ser considerats com a part integrant dels sectors de la cultura, o bé tan sols com unes activitats que hi tenen una forta interrelació.
- c) Finalment, hi ha el problema de la inclusió (o no)

de les activitats auxiliars dels sectors culturals (com les arts gràfiques, els serveis de postproducció, etc.). Lògicament, la complexitat i la dimensió dels sectors culturals d'un territori difereixen segons si es tenen en compte (o no) aquests subsectors.

Aquest article té per objectiu presentar algunes de les principals conclusions obtingudes de l'estudi les activitats culturals a Catalunya des de l'òptica de l'economia. Més concretament, les qüestions que s'hi analitzen són les següents:

- a) En primer lloc, conèixer l'estructura d'aquestes activitats a Catalunya a partir de l'anàlisi de la dimensió econòmica de cadascun dels seus subsectors. Aquesta anàlisi es fa a dos nivells complementaris:
 - D'una banda, la dimensió econòmica en termes de valor afegit brut i del nombre d'ocupats, tot proporcionant una indicació de la importància d'aquestes activitats en la generació de producte interior brut i de llocs de treball a Catalunya.
 - D'altra banda, el valor de les vendes dels diferents productes culturals consumits en el territori de Catalunya. En aquest àmbit, es considera la informació disponible relativa al consum de productes culturals en llengua catalana.
- b) En segon lloc, valorar el creixement d'aquestes activitats en els darrers anys en comparació amb el conjunt de l'Estat espanyol.

Prèviament a l'estudi d'aquestes tres qüestions fonamentals, a continuació es presenten unes breus reflexions (preliminars) sobre els antecedents de l'evolució de les activitats culturals de Catalunya en el mercat, amb l'objectiu d'introduir certs elements clau per a analitzar-ne la situació actual.

2

Cultura i mercat a Catalunya: alguns antecedents

L'actual situació de l'economia dels sectors culturals de Catalunya resulta, en una bona part, de l'evolució esdevinguda al llarg del segle xx en aquest àmbit. En

3. Patrimoni material (moble i immoble), patrimoni immaterial (documents d'arxiu, tradicions populars, etc.), patrimoni natural, etc.

aquest sentit, hi ha tres qüestions a destacar que estan estretament relacionades entre si: la industrialització de la cultura, l'augment progressiu del consum cultural i, finalment, la creixent intervenció del sector públic en l'àmbit cultural. Aquests tres processos caracteritzen de forma destacada l'evolució dels sectors culturals de Catalunya al llarg de les últimes dècades.

La primera d'aquestes qüestions és la industrialització de la cultura: al llarg del segle xx (i molt especialment durant la segona meitat) ha culminat el procés, ja iniciat en segles anteriors, segons el qual certes manifestacions culturals aconsegueixen projectar els seus productes en mercats "de masses". Així, gràcies al progrés tècnic, les possibilitats de difondre continguts culturals, simbòlics i ideològics s'han incrementat i diversificat de forma extraordinària: primer els llibres, després els audiovisuals, ara els multimèdia, etc.⁴

La història mostra que la majoria de les "noves" tècniques de producció i difusió de la cultura van introduir-se a Espanya a través de Catalunya a mesura que anaven apareixent. El període de la dictadura franquista constitueix una època d'aturada en el desenvolupament de totes aquestes activitats a Catalunya (i també a Espanya). A partir de la dècada dels seixanta, i a banda d'algunes excepcions, emergeix una tendència a la centralització i a la concentració de les indústries culturals a la capital de l'Estat. Aquest procés s'ha mantingut –i fins hi tot intensificat en certs casos– durant els anys de democràcia. Raons de naturalesa molt diversa poden explicar aquest fet, entre les qual poden destacar-se les següents: la tendència a centralitzar els mitjans de comunicació de masses del conjunt de l'Estat a Madrid, una certa manca d'inversió empresarial en les activitats culturals de caràcter industrial a Catalunya per part dels agents privats, la

relativa feblesa quant a poder polític de les administracions catalanes en qüestions clau que no són "estricteament" competències de política cultural però que hi tenen una incidència directa (política exterior, política fiscal i de la competència, política en mitjans de comunicació –tv, etc.), i altres.

En segon lloc, i com a procés estretament relacionat amb l'anterior, s'ha produït un creixement progressiu del consum cultural. Aquest procés té clares conseqüències més enllà de l'esfera econòmica: per exemple, cal tenir en compte que el consum, i molt especialment el consum cultural, ha esdevingut d'uns anys ençà un factor generador d'identitats culturals múltiples i sobreposades. Mentre que en el passat els principals referents d'identitat cultural de les persones s'articulaven fonamentalment al voltant de conceptes com el territori (nació) o la religió, entre d'altres, la cultura mercantilitzada d'avui proporciona una extraordinària diversitat dels referents d'identitat cultural, que, en una bona part, es manifesten a través del consum. Per exemple, els joves construeixen la seva identitat mitjançant el seu consum musical, la manera com van vestits, etc. A un altre nivell, moltes pràctiques culturals tradicionals (com ara la participació en certes activitats culturals tradicionals, l'*amateurisme* artístic, etc.) que en el passat tenien un paper decisiu en la vertebració d'identitats col·lectives, han anat quedant estancades o fins i tot han desaparegut en destinar la major part del temps i dels recursos al consum. En aquest escenari, i atès que Catalunya no té capacitat per autoabastar-se de producció pròpia per a satisfer tota la demanda interna, en el consum cultural de Catalunya (igual com a arreu d'Europa) hi ha una forta presència de productes procedents de l'exterior que incideixen clarament en els processos de generació i difusió de símbols culturals i d'identitat col·lectiva (i individual).

I, finalment, la tercera esfera que s'ha esmentat és la creixent intervenció del sector públic en l'àmbit cultural. Respecte a aquest procés cal destacar que, com a conseqüència de la dictadura, les polítiques culturals a casa nostra portaven al voltant de quaranta anys d'endarreriment a l'inici de l'etapa democràtica. Així, durant els últims vint anys de democràcia

4. Tot aquest procés s'ha desenvolupat al voltant de dos grans eixos fonamentals. Per un costat, l'existència de suports materials cada vegada més diversificats han comportat l'aparició i/o renovació de les formes de difusió de la cultura. Per un altre costat, i al mateix temps, el desenvolupament tecnològic ha permès que la difusió de la cultura es realitzi en mercats de dimensió cada vegada més gran.

s'han hagut de posar en marxa totes aquelles polítiques que a altres països d'Europa s'havien començat a desplegar a partir dels anys quaranta i cinquanta. Malgrat l'extraordinari esforç realitzat aquestes dues últimes dècades, en certs àmbits encara hi ha camí per recórrer per tal de "posar-se al dia", en comparació amb l'agenda dels objectius de política cultural desplegada a altres països europeus.

3

Dimensió i estructura dels sectors culturals de Catalunya

L'anàlisi de l'estructura i dimensió dels sectors culturals requereix establir "fronteres" en les activitats culturals, tot diferenciant subsectors d'activitat. Aquesta és una qüestió complexa, ja que, sovint, les línies divisòries entre ells són difoses: el treball creatiu no reconeix límits en les formes de producció artística i gràcies al progrés tècnic emergeixen "nous" gèneres i formes de manifestació artística que amplien els territoris de conreu de l'expressió cultural. A continuació s'analiza la dimensió i l'estructura dels sectors culturals de Catalunya, tot diferenciant els dos grans blocs següents:

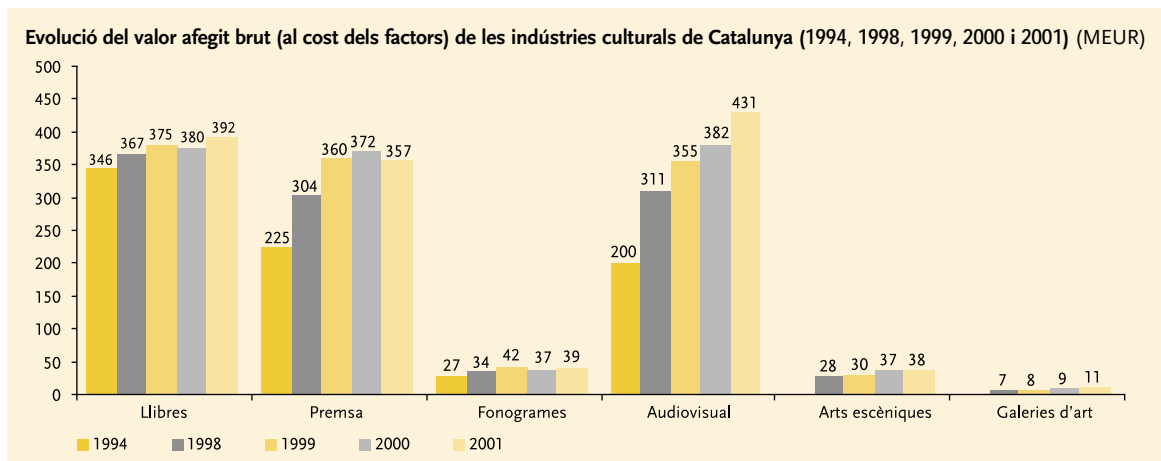
- En primer lloc, les activitats de caràcter "industrial" (en un sentit estret). És a dir, aquelles activitats culturals que, per mitjà del progrés tècnic, aconseguen millorar la seva productivitat amb el pas del temps (sobretot, gràcies a la possibilitat de reproduir mecànicament les obres originals): llibres, premsa audiovisual i fonogrames.
- En segon lloc, les activitats de caràcter "artesanal", que són aquelles que no consisteixen en la reproducció mecànica dels prototipus sinó en la seva repetició (arts interpretatives), o bé les que consisteixen en mercats d'obres "úniques" (arts visuals).

S'ha d'assenyalar que en aquest apartat de l'article no s'inclouen les activitats culturals derivades de la provisió de serveis per part de les administracions públiques (com ara les biblioteques, els museus, les sales d'exposicions, etc.), excepte en els casos de la ràdio i la televisió (audiovisual) i de la producció i exhibició escènica.

Les dues magnituds econòmiques a partir de les quals es fa aquesta anàlisi són el valor afegit brut i el nombre d'ocupats (vegeu els gràfics 1 a 4 i el quadre 1, que recullen la informació actualment disponible en relació amb aquestes magnituds).⁵

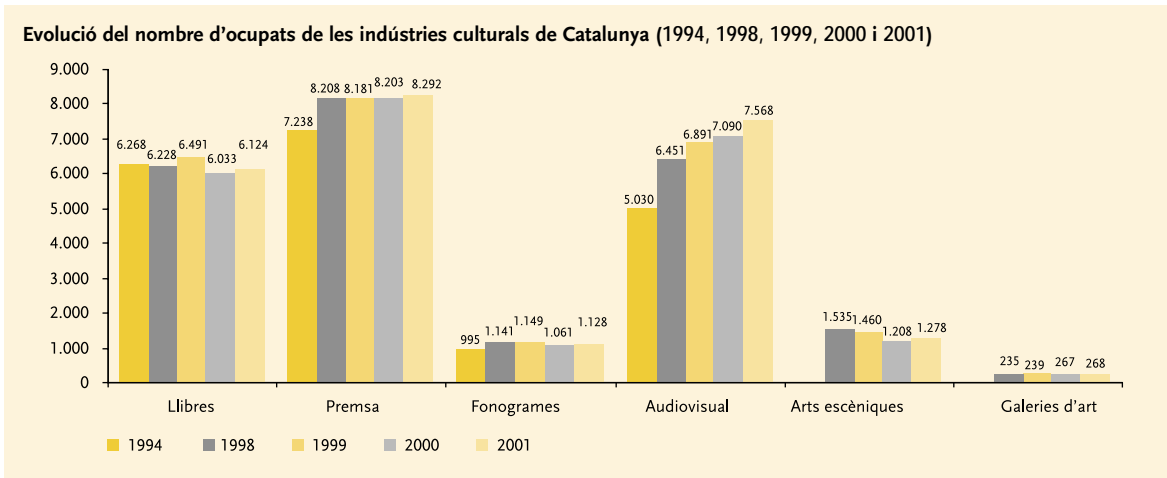
5. Segons l'estudi del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya *Dimensió econòmica dels sectors culturals de Catalunya: 1998-1999-2000-2001*.

Gràfic 1



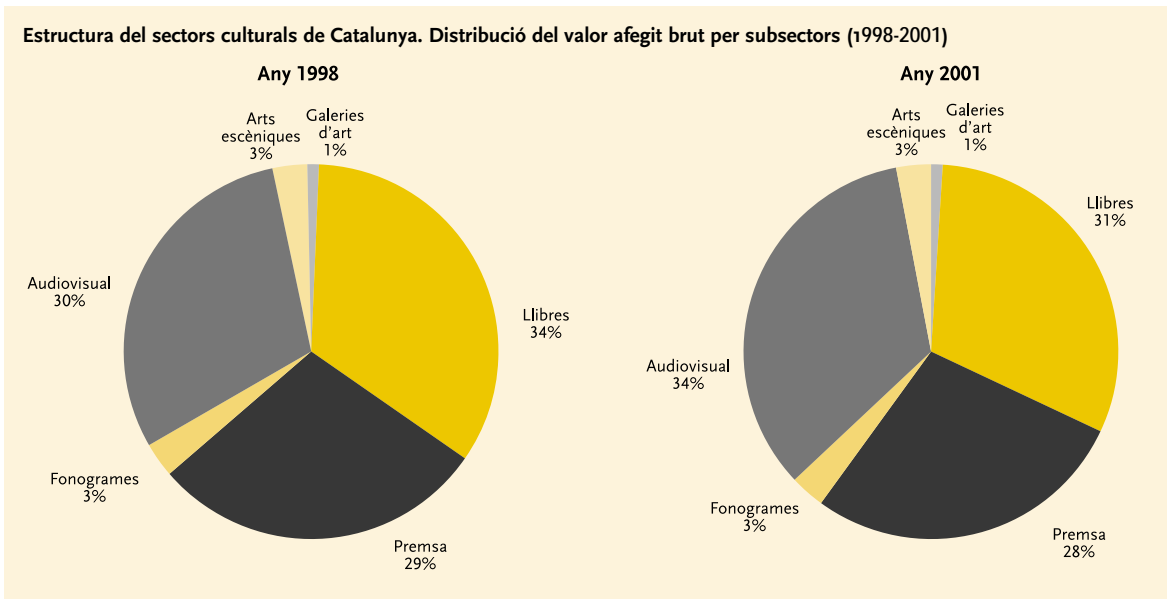
Nota: no es disposa de les dades del 1994 corresponents als sectors de les arts escèniques i de les galeries d'art.
Font: Departament de Cultura. Generalitat de Catalunya (2003).

Gràfic 2



Nota: no es disposa de les dades del 1994 corresponents als sectors de les arts escèniques i de les galeries d'art.
 Font: Departament de Cultura. Generalitat de Catalunya (2003).

Gràfic 3



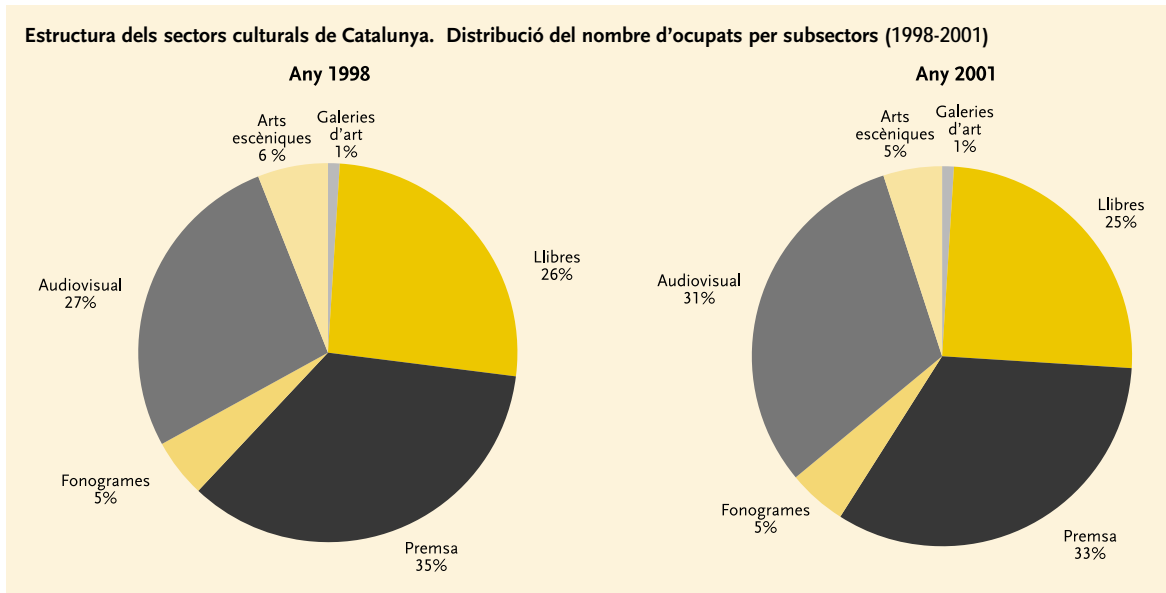
Font: Departament de Cultura. Generalitat de Catalunya (2003).

Quadre 1

Macromagnituds econòmiques del sectors culturals de Catalunya. Per sectors (1998-1999-2000-2001). (M€)												
	1998			1999			2000			2001		
	VAB	Ocupats	VAB / ocupats	VAB	Ocupats	VAB / ocupats	VAB	Ocupats	VAB / ocupats	VAB	Ocupats	VAB / ocupats
A) Llibres												
Edició	300,2	3.722	0,081	308,3	3.920	0,079	305,3	3.651	0,084	315,2	3.618	0,087
Distribució	20,9	581	0,036	19,1	600	0,032	15,8	536	0,030	19,3	554	0,035
Llibreries	46,3	1.925	0,024	52,6	1.971	0,027	54,2	1.846	0,029	57,1	1.953	0,029
TOTAL	367,4	6.228	0,059	380,1	6.491	0,059	375,3	6.033	0,062	391,6	6.124	0,064
B) Premsa												
Edició	213,2	2.855	0,075	262,7	2.781	0,094	271,3	3.052	0,089	257,7	3.277	0,079
Distribució	18,4	403	0,046	19,6	400	0,049	19,2	351	0,055	18,2	365	0,050
Comerç al detall	72,7	4.950	0,015	77,5	5.000	0,016	81,4	4.800	0,017	80,8	4.650	0,017
TOTAL	304,3	8.208	0,037	359,8	8.181	0,044	372,0	8.203	0,045	356,8	8.292	0,043
C) Fonogrames												
Producció	12,4	293	0,042	21,1	317	0,067	16,1	312	0,052	15,1	326	0,046
Distribució	7,5	213	0,035	7,3	217	0,033	7,6	209	0,036	7,7	212	0,036
Comerç al detal	14,3	635	0,022	14,0	615	0,023	13,5	540	0,025	16,5	590	0,028
TOTAL	34,2	1.141	0,030	42,4	1.149	0,037	37,1	1.061	0,035	39,3	1.128	0,035
D) Audiovisual												
Producció	38,3	796	0,048	47,8	968	0,049	71,2	1.163	0,061	77,5	1.356	0,057
Distribució	72,2	317	0,228	91,3	355	0,257	83,3	338	0,246	108,7	399	0,272
Exhibició	42,6	1.145	0,037	48,0	1.189	0,040	54,1	1.234	0,044	57,7	1.292	0,045
Vídeo	18,6	925	0,020	21,3	950	0,022	23,4	880	0,027	25,5	875	0,029
Televisió	101,4	2.368	0,043	106,1	2.458	0,043	110,8	2.457	0,045	121,5	2.614	0,046
Ràdio privada	13,0	260	0,050	14,8	299	0,050	11,4	351	0,032	10,7	387	0,028
Ràdio pública	24,8	640	0,039	26,0	672	0,039	27,8	667	0,042	29,0	645	0,045
TOTAL	311,0	6.451	0,048	355,4	6.891	0,052	382,0	7.090	0,054	430,7	7.568	0,057
TOTAL SECTORS												
INDUSTRIALS	1.017,0	22.028	0,046	1.137,7	22.712	0,050	1.166,5	22.386	0,052	1.218,3	23.112	0,053
E) Arts escèniques												
Producció	14,4	837	0,017	15,9	809	0,020	23,4	637	0,037	22,8	694	0,033
Exhibició	13,5	698	0,019	13,7	651	0,021	13,9	571	0,024	14,9	584	0,025
TOTAL	28,0	1.535	0,018	29,6	1.460	0,020	37,3	1.208	0,031	37,7	1.278	0,030
F) Arts plàstiques												
Galeries d'art	6,5	235	0,028	7,8	239	0,032	8,8	267	0,033	10,9	268	0,041
TOTAL	6,5	235	0,028	7,8	239	0,032	8,8	267	0,033	10,9	268	0,041
TOTAL SECTORS												
1.051,4	23.798	0,044	1.175,1	24.411	0,048	1.212,5	23.861	0,051	1.267,0	24.658	0,051	

Font: Departament de Cultura. Generalitat de Catalunya (2003).

Gràfic 4



3.1 Dimensió i estructura de les indústries culturals de Catalunya

La informació relativa al valor afegit brut i al nombre d'ocupats de què es disposa actualment comprèn la pràctica totalitat de les indústries de la cultura de Catalunya, classificades de la manera següent:

- Llibres: edició, distribució i llibreries.
- Premsa: edició, distribució i comerç al detall.
- Audiovisual: producció, distribució, exhibició cinematogràfica, videoclubs, ràdio i televisió.
- Fonogrames: producció, distribució i comerç al detall.

El tret que tradicionalment ha caracteritzat l'estructura de les indústries de la cultura de Catalunya és el contrast entre la fortalesa del sector de l'edició (sobretot de llibres) i la feblesa de la producció audiovisual i fonogràfica (sectors on aquests darrers anys han predominat les activitats de comercialització interior). Aquest fet es reflecteix en la posició de lideratge que ocupa el sector del llibre de Catalunya en el conjunt del mercat espanyol, mentre que l'audiovisual i la música gravada que s'hi produeixen tenen un impacte compa-

rativament menor en els mercats (per exemple, el cinema) o bé estan destinats a segments de públic molt específics (com en el cas de la indústria fonogràfica). Tanmateix, dades recents indiquen l'existència de tendències que poden alterar, en part, aquesta situació. Concretament, i a partir de l'anàlisi de les xifres relatives a les indústries culturals de Catalunya (vegeu els gràfics 1 a 4 i el quadre 1), es poden fer les següents remarques principals per a cadascun dels sectors culturals anteriorment esmentats.

3.1.1 Llibres

En termes relatius, i respecte al conjunt de les indústries culturals de Catalunya, hi ha una lleugera davallada del pes econòmic del sector del llibre: el 1998 generava un 34% del valor afegit brut dels sectors culturals analitzats i un 26% dels ocupats, percentatges que l'any 2001 decreixen al 31% i el 25%, respectivament (vegeu els gràfics 3 i 4). Aquest fet s'explica principalment pel creixement comparativament més baix que hi ha en l'evolució de les magnituds de l'edició (300,2 milions d'euros de valor afegit brut el 1998 i

Quadre 2

Principals indicadors estadístics del sector del llibre de Catalunya. Sectors de l'edició i de les llibreries (2000)	
Edició	
Nombre d'empreses editorials (agremiades)	250
% d'empreses que editen en llengua catalana	64,0
Nombre de títols editats	25.467
% de títols editats en llengua catalana	30,6
Vendes totals a preu tapa més iva i (M€)	1.451,0
% vendes en llengua catalana	14,2
% vendes editorials catalanes sobre total Espanya	57,4
Exportacions (M€)	230,9
% exportacions de les editorials catalanes sobre total Espanya	49,9
Llibreries	
Nombre de llibreries agremiades	486
Nombre aproximat de punts de venda de llibres	4.000
Mitjana de vendes per llibreria agremiada (milers €)	
Grans	1.325,2
Mitjanes - grans	410,2
Mitjanes - petites	221,6

Font: *Estadístiques Culturals de Catalunya*, Gremi d'Editors de Catalunya, Federació de Gremios Editores de España i Gremi de Llibreters de Barcelona i Catalunya.

315,2 milions d'euros el 2001), respecte a la resta de sectors culturals (vegeu els gràfics 1 i 2 i el quadre 1).

Aquest comportament del sector del llibre (i, més concretament, de l'editorial) pot explicar-se per tres raons fonamentals:

- En primer lloc, s'ha de tenir en compte l'elevada maduresa del mercat del llibre en el conjunt d'Espanya: des de fa anys, les vendes en aquest mercat tendeixen a una situació d'estancament (en termes constants).
- A més a més, en el cas de Catalunya ha tingut una especial incidència la forta davallada de les vendes que ha experimentat el segment del mercat de les grans obres editorials (diccionaris i enciclopèdies): l'any 1993 aquests productes representaven prop del 25% de les vendes totals de llibres a Espanya, i al final de la dècada dels noranta la seva quota de mercat era tan sols d'un 9%. Davant d'això, s'ha de tenir en compte que aproximadament tres quartes parts de les vendes per aquest concepte a Espanya eren d'obres editades per empreses catalanes.

Per tant, el sector ha hagut d'afrontar una profunda reconversió consistent a "compensar" la intensa disminució de les vendes de grans obres editorials amb un augment en les d'altres tipus de productes (sobretot, en literatura).

- Amb tot, el pes del sector de l'edició de llibres de Catalunya ha tendit a perdre pes relatiu en relació amb el conjunt d'Espanya aquests darrers anys, tot i que encara n'ostenta un clar lideratge: el 1994 les editorials catalanes concentraren el 61,8% de les vendes totals en el mercat interior, percentatge que se situà en un 55,5% l'any 2001.

En el quadre 2 es reflecteixen alguns dels principals indicadors estadístics del sector del llibre de Catalunya, de manera que ofereix un perfil de les seves característiques més remarcables.

3.1.2

Premsa

El sector de la premsa a Catalunya segueix una evolució de creixement més o menys sostingut del

Quadre 3

Principals indicadors estadístics del sector de la premsa de Catalunya.	
Sectors de l'edició de premsa diària i no diària (2000)	
Edició de premsa diària	
Difusió dels diaris d'informació general a Catalunya	569.536
% de la difusió dels diaris d'informació general a Catalunya corresponent als diaris editats a Catalunya	82,9
Difusió dels diaris esportius a Catalunya	168.446
% de la difusió dels diaris esportius a Catalunya corresponent als diaris editats a Catalunya	70,4
Difusió dels diaris d'economia a Catalunya	17.897
% de la difusió dels diaris d'economia a Catalunya corresponent als diaris editats a Catalunya	2,4
Edició de premsa no diària⁽¹⁾	
Títols de revistes editats a Catalunya	40
% dels títols editats a Catalunya respecte el total de títols d'Espanya	35,7
Difusió a Espanya de les revistes editades Catalunya	2.927.351
% respecte de la difusió de les revistes editades a Catalunya respecte la difusió total de revistes a Espanya	36,0

(1) Dades de l'any 2001.

Fons: OJD, *Llibre Blanc de les Indústries Culturals de Catalunya*.

1998 al 2000. En canvi, en els dos darrers anys (2001-2002) el sector ha experimentat un cert retrocés com a conseqüència de dos fets que s'han donat de forma complementària. D'una banda, una certa davallada de les vendes d'exemplars (com a conseqüència de l'estancament del nombre de lectors de premsa al país i també de l'emergència de la premsa gratuïta) i, de l'altra, la caiguda dels ingressos en concepte de publicitat. Així, les dades disponibles estimen el valor afegit brut del sector en 304,3 milions d'euros el 1998 i en 356,8 milions d'euros el 2001 –xifra inferior a la del 2000– (vegeu els gràfics 1 i 2 i el quadre 1).

L'anàlisi diferenciada dels subsectors de la premsa diària i de la no diària, permet fer algunes observacions d'interès. Respecte al primer àmbit, és clar que la majoria dels diaris consumits a Catalunya són editats per empreses catalanes: el 82,9% de la difusió dels diaris d'informació general, el 70,4% dels esportius i només el 2,4% dels diaris d'economia (vegeu el quadre 3). Aquestes dades posen de manifest que, en aquest subsector, les empreses amb seu a Catalunya tenen una posició de fortalesa en el mercat interior de Catalunya. No obstant això, la seva capacitat de projecció a la resta del mercat espanyol és més aviat reduïda, tret que –fins al moment pre-

sent– ha estat un important factor limitador de les seves potencialitats de creixement (mentre que, paral·lelament, a Catalunya s'ha consolidat una certa presència de mitjans editats a Madrid).

En el cas de la premsa no diària, la situació és clarament diferent: actualment, les empreses catalanes editen al voltant del 35% dels títols de les revistes publicades a Espanya, que representen un percentatge similar del total de la difusió en el mercat interior. En aquest segment del mercat, Madrid concentra la major part de l'activitat editorial.

3.1.3 Fonogrames

A Catalunya, el sector dels fonogrames té una dimensió econòmica comparativament menor a la del llibre, la premsa i l'audiovisual: en termes de valor afegit brut, aquesta activitat representa un 3% del total dels sectors analitzats i un 5% dels ocupats (vegeu els gràfics 3 i 4). Per avaluar correctament aquestes dades, cal tenir present que aquest sector es caracteritza per una forta concentració empresarial (en unes poques multinacionals) i també per una elevada centralització territorial (totes aquestes multinacionals fixen la seva seu a espanyola al municipi de Madrid).

Així doncs, el relatiu manteniment dels valors de les principals magnituds econòmiques del sector dels fonogrames de Catalunya al llarg dels anys analitzats reflecteix dues qüestions: d'una banda, la importància de l'activitat comercial d'aquests productes en el mercat interior de Catalunya i, de l'altra, el dinamisme de certes empreses de producció. Sobre aquest darrer punt cal destacar l'activitat d'algunes empreses que operen en segments molt especialitzats del mercat de la música moderna, en el qual semblen haver consolidat una certa posició en aquests darrers anys. Tot i això, les dades dels anys 2000 i 2001 ja reflecteixen l'aparició de la crisi al sector, derivada d'una disminució de les vendes en el conjunt del mercat espanyol –i també a molts altres països– com a conseqüència, entre altres causes, de la pirateria.

3.1.4

Audiovisuals

En analitzar les dades del sector audiovisual s'observa el notable increment del sector audiovisual de Catalunya, en termes de valor afegit brut, durant els darrers anys. El 2001, i en termes relatius, l'audiovisual se situa al capdavant de les activitats culturals de Catalunya, en representar un 34% dels sectors analitzats (percentatge que l'any 1998 era d'un 30%), per davant del sector del llibre (31% el 2001) i de la premsa (28%) (vegeu el gràfic 3). Aquest fet indica, clarament, que es tracta d'un sector econòmic emergent, que creix per sobre del conjunt de l'economia i que, gràcies a la seva dimensió i evolució, pot tenir un paper rellevant en la modernització del teixit econòmic del país.

Una correcta anàlisi d'aquestes dades ha de tenir en compte, però, tres qüestions fonamentals:⁶

- a) En primer lloc, cal remarcar que, a diferència del sector del llibre i de la premsa, en l'audio-

visual hi ha una important presència d'empreses públiques: tvç i tve. Tot i això, cal tenir present que segons les dades disponibles, l'any 1994 el valor afegit brut de la televisió representava al voltant d'un 44,7% del valor total del valor afegit brut de l'audiovisual d'aquell any, percentatge que és d'aproximadament un 28,2% el 2001. Per tant, tot i la importància relativa d'aquestes activitats, cal concloure que el creixement experimentat en aquests darrers anys per l'audiovisual de Catalunya no es produeix com a conseqüència d'un augment de l'activitat d'aquestes empreses públiques.

- b) El creixement de l'audiovisual de Catalunya s'esdevé de forma especialment accentuada en els subsectors de la producció i la distribució audiovisual. Aquest fet reflecteix l'enfortiment i la consolidació de certes empreses que han nascut i crescut al llarg de la dècada dels noranta (algunes de les quals l'any 1994 encara no existien, o bé eren molt petites). En aquest sentit, és especialment important el paper d'algunes corporacions dedicades principalment (o originàriament) a la distribució (o a la intermediació de drets de difusió audiovisual) i que destinen una part molt rellevant del seu excedent a la producció audiovisual.
- c) Finalment, cal assenyalar que una de les principals característiques d'aquesta activitat a Catalunya és l'absència de grans cadenes privades d'abast estatal o autonòmic. Tan sols les esmentades empreses de titularitat pública tenen un paper rellevant en el sector televisiu català. Aquest fet condiciona fortament la dimensió del sector a Catalunya –en comparació amb altres territoris d'Europa–, però, com s'ha vist, no en limita pas les expectatives de creixement. Davant d'això, cal assenyalar la importància que tenen les empreses “independents” (mitjanes i grans) del sector audiovisual de Catalunya amb vista a la dinamització de l'audiovisual del país.

6. Per a més informació, vegeu l'article de Lluís Bonet en aquesta mateixa revista titulat “El sector audiovisual: nou motor de la indústria cultural catalana”.

Per a més detalls sobre aquesta activitat es poden analitzar les dades del quadre 4, que conté els principals indicadors estadístics de l'audiovisual a Catalunya.

Sobre la base d'aquesta anàlisi per subsectors de les indústries culturals de Catalunya, es poden fer les següents observacions de caràcter general:

- a) D'una banda, s'ha de tenir present que el sector del llibre constitueix un mercat molt madur, en el qual els creixements interanuals de les vendes en el mercat interior del conjunt d'Espanya han arribat a assolir valors negatius en termes constants aquests darrers anys. Tot i això, constitueix un dels puntals de les indústries culturals de Catalunya, que han d'afrontar –entre altres– el repte de l'aprofitament de les noves oportunitats que ofereix la tecnologia digital. Aquesta qüestió té una especial incidència en el camp de

les grans obres de consulta, que, com s'ha dit, tenen una gran importància a Catalunya.

- b) D'una altra banda, tot indica que durant aquests darrers anys no hi ha hagut una aposta decidida del capital “català” per invertir en les “noves” activitats culturals de caràcter industrial (audiovisual, fonogrames, multimèdia, etc.), amb vocació de projectar-les en els mercats exteriors.⁷ Malgrat això, aquesta situació pot estar en procés de canvi atesa la tendència a l'enfortiment i consolidació de certs projectes empre-

7. Certament, resulta difícil determinar les causes i l'abast d'aquest fet. En aquest sentit, tot i que es tracta d'un tema molt complex, poden considerar-se, entre d'altres, les qüestions següents: a) la directa relació que es dona entre aquestes activitats i la “identitat cultural” (relació de Catalunya amb Espanya i viceversa) i b) la poca disposició del capital català per invertir en actius de caràcter intangible (com ara l'obra cultural), que tenen un elevat cost de producció del prototipus i que comporten un alt risc econòmic, etc.

Quadre 4

Principals indicadors estadístics del sector de l'audiovisual a Catalunya. Sectors de la producció cinematogràfica, de la producció independent per a TV i de l'exhibició cinematogràfica (2000)	
Producció cinematogràfica	
Nombre de llargmetratges produïts per empreses catalanes	21
% respecte al total de llargmetratges produïts a Espanya	21,4
Nombre d'empreses catalanes que han participat en la producció de llargmetratges	20
% d'empreses que han participat en producció de llargmetratges a Catalunya respecte del total d'Espanya	22,2
Nombre de pel·lícules catalanes exhibides a sales de cinema de Catalunya	40
% de pel·lícules catalanes exhibides a Catalunya respecte del total de pel·lícules exhibides a Catalunya	3,9
Espectadors a Catalunya per pel·lícula catalana exhibida	5.844
Espectadors a Catalunya per pel·lícula exhibida	28.922
Producció audiovisual independent per a televisió	
Nombre d'emissions a cadenes de tv d'Espanya de programes fets per productores independents de Catalunya	2.895
% d'emissions a cadenes de tv d'Espanya de programes fets per productores independents de Catalunya respecte al total de la producció independent d'Espanya	25,1
Temps d'emissions a cadenes tv d'Espanya de programes fets per productores independents de Catalunya (en minuts)	170.607
% de temps d'emissions a cadenes tv d'Espanya de programes fets per productores independents de Catalunya respecte al total de la producció independent d'Espanya	21,1
Exhibició de cinema	
Nombre de sales d'exhibició	711
Nombre d'espectadors	29.616.122

Fonts: Estadístiques Culturals de Catalunya, *Llibre Blanc de les Indústries Culturals de Catalunya*.

- sarials “independents” en el camp de l'audiovisual, i que ja han assolit una dimensió apreciable.
- c) Respecte de l'audiovisual, cal dir que es tracta d'activitats amb unes elevades barreres d'entrada, com a conseqüència de l'elevat cost de producció del prototipus (i, per tant, són activitats amb un risc econòmic més elevat). Davant d'això, hi ha les desiguals possibilitats de generar economies d'escala en el mercat, segons si l'obra es difon només a Catalunya (en llengua catalana, per exemple) o al conjunt d'Espanya (en llengua castellana). L'experiència del sector del llibre és il·lustrativa respecte a aquesta qüestió.
- d) Per últim, i en el marc del procés de convergència digital, l'existència equilibrada d'empreses de serveis/proveïdores en tots els sectors culturals (llibre, premsa, audiovisual, multimèdia, arts interpretatives, etc.) esdevé un clar avantatge competitiu per a la localització d'activitats culturals en el territori. Per tant, la rapidesa en l'assoliment un cert “reequilibri” entre els sectors culturals de Catalunya té una importància estratègica notable (sobretot, en el desenvolupament de l'audiovisual i en l'aprofitament de l'oportunitat que representa l'emergència del sector multimèdia).

3.2

Els sectors artesanals de la cultura

En l'apartat dels sectors culturals que, des de la perspectiva econòmica, es poden qualificar d'artesanals, hi ha les activitats següents:

- Arts escèniques: productors, exhibidors, etc.
- Música en viu: programadors, grups i intèrprets, etc.
- Arts visuals: galeries d'art, etc.

Les dades estadístiques disponibles fan referència als sectors de les arts escèniques i de les galeries d'art. Per tant, no es pot fer una anàlisi detallada de la música en viu a Catalunya, al mateix nivell que de la resta de sectors.⁸

La principal característica d'aquestes activitats és que tenen un impacte econòmic, en termes de generació de valor afegit brut, força inferior al de les indústries culturals analitzades en l'apartat anterior. En nombre d'ocupats, les dades revelen igualment que es tracta de sectors d'una dimensió comparativament menor a la resta d'activitats culturals (vegeu els gràfics 1 a 4 i el quadre 1).

3.2.1

Arts escèniques

A Catalunya, la situació de les arts interpretatives ha canviat substancialment amb l'inici de l'etapa democràtica. D'una banda, perquè s'han desenvolupat polítiques de suport públic al sector que han permès corregir els efectes de la Llei de Baumol⁹ i, d'altra banda, pel reconeixement del dret a la llibertat d'expressió (cosa que incideix, sobretot, en l'àmbit dels espectacles escènics).

El valor afegit brut d'aquestes activitats ha estat estimat en 37,7 milions d'euros, dels quals aproximadament un 60% corresponen al subsector de la producció i el 40% restant a l'exhibició (vegeu el quadre 1).

Les arts escèniques a Catalunya es caracteritzen per l'existència d'un significatiu nombre de companyies amb un destacat nivell de qualitat, de manera que són

8. La principal raó d'aquesta situació resideix en la dificultat que comporta fer un tractament estadístic prou global i exhaustiu del sector de la música en viu (i així ho confirma la manca de dades estadístiques d'aquest sector a altres països). Hi ha múltiples qüestions que poden explicar aquest fet, entre les quals es pot destacar l'elevada atomització de l'oferta musical (en petites empreses i treballadors autònoms) que dificulta l'estudi d'aquest sector. Aquestes qüestions s'analitzaren amb deteniment en l'elaboració de diferents estudis sobre el sector musical de Catalunya l'any 1997, promoguts pel Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya (vegeu *Les agrupacions musicals de Catalunya. Característiques i activitat*. Departament de Cultura. Generalitat de Catalunya).

9. Segons Baumol, les arts interpretatives (les arts escèniques i la música en viu) són activitats en què el factor treball és decisiu per a la difusió de l'obra, que es realitza mitjançant successives repeticions del prototipus (i no pas per mitjà d'una reproducció mecànica). Per tant, amb el pas del temps, tendeix a haver-hi un augment dels costos en aquestes activitats superior al que es dona en el conjunt de l'economia (amb la conseqüent tendència a l'estancament de la productivitat).

un dels àmbits amb reconeixement tant en el mercat interior com a l'exterior. Hi ha una gran vitalitat de les companyies privades de producció, que aquests darrers anys han tendit a estructurar-se com un sector empresarial cada vegada més professionalitzat. En aquest sentit, es pot afirmar que, actualment, unes deu companyies de producció escènica produeixen al voltant de la meitat de les representacions que realitzen el total de les productores catalanes.

Quant a l'exhibició escènica, hi ha dues realitats molt diferents: d'una banda es troba Barcelona, que concentra la major part de l'activitat, amb una oferta tant pública com privada; de l'altra hi ha la resta de Catalunya, on la gran majoria dels programadors teatrals són els governs locals (a banda d'algunes

entitats sense ànim de lucre). El quadre 5 recull alguns dels principals indicadors estadístics de les arts escèniques a Catalunya.

3.2.2

Música en viu

Tot i l'absència de dades estadístiques d'aquest sector d'activitat a Catalunya, es poden fer algunes observacions per a descriure un sector que presenta característiques molt diferents segons els gèneres musicals. A Catalunya hi ha –en general– un gran dinamisme i varietat en l'oferta de música en viu, una bona part de la qual es localitza a la ciutat de Barcelona (malgrat que el grau de centralització de l'oferta musical no és tan elevat com el d'altres sectors culturals).

En aquest cas, la iniciativa privada amb finalitat de lucre té una importància destacada, excepte en el manteniment de grans institucions i equipaments (sobretot, de música clàssica i òpera), en la promoció de programes de prestigi i en la difusió musical als municipis de menys dimensió (quasi tots menys Barcelona). Com s'ha dit anteriorment, aquest sector està integrat (majoritàriament) per un elevat nombre de petites empreses i treballadors autònoms. Malgrat no disposar de dades estadístiques, tot indica que aquest sector té una dimensió econòmica i genera una quantitat de llocs de treball considerables. No obstant això, també pot afirmar-se que aquest és un dels àmbits de la cultura de Catalunya en què les estructures organitzatives (tant empresarials com sectorials) són més febles i poc vertebrades.

3.2.3

Galeries d'art

L'àmbit de les arts visuals és un dels camps en els quals Catalunya, tradicionalment, ha sobresortit més: alguns dels artistes més importants del segle passat eren catalans. La iniciativa privada en aquest sector està liderada per les galeries d'art, que, mal-

Quadre 5

Principals indicadors estadístics del sector de les arts escèniques de Catalunya.	
Sectors de la producció i de l'exhibició (2000)	
Producció	
Nombre d'agents productors	135
Nombre de produccions	169
Nombre de representacions	13.362
A Catalunya	75,5%
A la resta d'Espanya	17,8%
A l'estranger	6,6%
Total ingressos (M€)	62,8
Caixets	65,5%
Aportacions públiques	23,5%
Altres	11,1%
Exhibició	
Nombre d'agents exhibidors	77
Públics	55,8%
Privats	36,4%
Associacions / fundacions	7,8%
Espectadors	2.700.000
Funcions	9.570
Públics	24,3%
Privats	70,6%
Associacions / fundacions	5,1%
Total Ingressos (M€)	53,2
Taquilla	43,4%
Aportacions públiques	47,5%
Altres	9,1%

Font: Estadístiques Culturals de Catalunya.

Quadre 6

Principals indicadors estadístics del sector de les galeries d'art de Catalunya. (2000)

Nombre de galeries d'art	214
Mitjana d'ocupats per establiment	2,64
Facturació mitjana per establiment (milers €)	147,73
Facturació mitjana per establiment (MPTA)	24,58
Facturació total estimada (M€)	31,61
Facturació total estimada (MPTA)	5.260,13

Font: *Llibre Blanc de les Indústries Culturals de Catalunya*.

grat que es concentren força a la ciutat de Barcelona, estan repartides al llarg de tot el territori. L'activitat comercial de les galeries està estretament relacionada amb l'evolució general de l'economia, ja que aquest fet condiciona directament la quantitat de recursos que la demanda (col·leccionistes, etc.) assignen a aquest sector. Així, durant els primers anys de la dècada dels noranta el mercat de les galeries d'art va passar per dificultats; tanmateix, des de la segona meitat de la dècada fins al 2001 ha experimentat un creixement notable: per exemple, del 1995 al 2001 es van crear una quarantena de noves galeries d'art a Catalunya.

A causa de la mateixa naturalesa d'aquest mercat (que, principalment, és un mercat d'obres "úniques"), es tracta d'una activitat que té un impacte social en àmbits molt especialitzats en la matèria i, per tant, té una dimensió econòmica molt inferior a la dels sectors de la cultura "de masses". Aquest fet es posa de manifest en el fet que les galeries d'art representen al voltant d'un 1% del valor afegit brut i del nombre d'ocupats dels sectors culturals considerats (vegeu els gràfics 3 i 4).

4

El consum cultural a Catalunya

Per tal de completar aquesta descripció panoràmica del conjunt dels sectors culturals de Catalunya, a continuació s'analitzen les dades disponibles de consum cultural. Aquesta informació fa referència al conjunt de les activitats (de caràcter industrial, arte-

sanal i serveis públics) següents: arxius, biblioteques, museus i col·leccions, arts escèniques, música en viu, fonogrames, llibre, cinema, vídeo, premsa diària, ràdio i televisió.¹⁰

Les estadístiques sobre aquesta qüestió proporcionen dos tipus de dades. D'una banda, hi ha les xifres relatives als ingressos obtinguts d'aquest consum cultural: taquillaatge, vendes, etc. D'altra banda, es comptabilitza –amb diferents indicadors– el grau de consum per a cadascun dels sectors culturals considerats (vegeu el quadre 7):

- consultes a arxius i biblioteques (nombre d'assistències),
- assistència a teatres, concerts, i sales de cinema (nombre de persones),
- nombre de llibres venuts i d'exemplars de diaris difosos,
- comptabilització de l'audiència de ràdio (nombre de persones) i televisió (minuts).

A partir d'aquesta informació és possible establir el perfil del consum cultural a Catalunya, del qual es poden assenyalar les següents qüestions fonamentals:

- a) En primer lloc, s'observa clarament que l'impacte social (en termes quantitius) de les indústries culturals és clarament superior al que obtenen la resta d'activitats culturals: sobretot, el sector de l'audiovisual, a través de les seves múltiples finestres de comercialització (televisió, vídeo i sala de cinema), la resta de mitjans de comunicació de masses (premsa i ràdio) i el llibre.

b) També destaca la importància del sector dels museus i col·leccions, àmbit en el qual, sens dubte, hi ha un clar impacte del turisme cultural.

Finalment, hi ha les dades relatives al grau de consum de producció cultural segons la llengua. Respecte a aquest punt, és clara la deficient situació del percentatge (2,48%) d'espectadors de pel·lícules en llengua catalana (originals, doblades o subtitula-

¹⁰ També es pot consultar l'*Enquesta de consum i pràctiques culturals de Catalunya. 2001* a <http://cultura.gencat.net/estadistiques/>.

Quadre 7

El consum cultural a Catalunya. Per sectors (2000)		
	Indicadors de consum	Ingressos
Arxius		
Nombre de consultes anuals (1)	441.229	
Biblioteques (sistema de lectura pública)		
Nombre d'usuaris de préstec (1)	2.921.803	
Nombre de documents prestats (1)	7.021.755	
Museus i col·leccions		
Nombre de visitants (1)	12.771.541	
Arts escèniques		
Assistència (1)	2.103.855	
Taquillatge (en M€) (1)		23,08
Música en viu		
Assistència (2)	3.677.453	
Taquillatge (en M€) (2)		22,50
Fonogrames (estimat segons dades del mercat interior d'Espanya)		
Ingressos fonogrames (en M€) (3)		137,00
Llibres (estimat segons dades del mercat interior d'Espanya)		
Exemplars venuts (estimat) (4)	53.886.757	
Vendes de llibres (en M€) (4)		624,65
Cinema		
Espectadors (1)	29.606.122	
Recaptació (en M€) (1)		129,30
Vídeo (estimat segons dades del mercat interior d'Espanya)		
Ingressos vídeo i DVD (en M€) (5)		126,08
Premsa diària		
Difusió diària (6)	755.779	
Ràdio		
Audiència diària de ràdio acumulada (laborables) (7)	2.977.000	
Televisió		
Mitjana de minuts de consum diari (7)	232	

Fonts: (1) Estadístiques Culturals de Catalunya; (2) Llibre Blanc de les Indústries Culturals de Catalunya; (3) AFYVE i IFPI (a SGAE 2002); (4) Gremi d'Editors de Catalunya i Federació de Gremios Editores de España; (5) Deluxe Video Services; (6) OJD; (7) EGM.

des), cosa que, fonamentalment, es deu a la baixa oferta de producció en aquesta llengua a les sales de cinema del país. En els casos del llibre, la premsa i la ràdio i televisió el percentatge de consum en català és de l'ordre del 30%, tenint en compte que en el cas de la televisió (i també en la ràdio, encara que en una proporció menor) aquesta oferta en llengua catalana es concentra principalment en mitjans de titularitat pública. Al nivell superior hi ha el cas de les arts escèniques, amb un 57,7% de les representacions fetes en llengua catalana l'any 2000.

5

Consideracions finals

Sobre la base d'aquesta anàlisi general de la situació de les indústries culturals de Catalunya, és clar que aquestes activitats segueixen una tendència de creixement al llarg dels darrers anys (fins al 2001). Aquest increment d'activitat es dona en una bona part en l'àmbit de l'audiovisual, restant les activitats d'edició (de llibres i de premsa) en una situa-

Quadre 8

El consum cultural a Catalunya. Per sectors (2000)	
	Quota en llengua catalana
Arts escèniques	
% representacions fetes en català (1)	57,70%
Llibres	
% vendes de llibres en català (2)	29,62%
Cinema	
% espectadors pel·lícules en català (1) (originals, doblades o subtitulades)	2,48%
Premsa diària	
% difusió premsa diària en català (3)	25,90%
Ràdio	
% ràdio en català (4)	30% - 35%
Televisió	
Quota d'audiència (SHARE) de TV3 i Canal33 (4)	25% - 30%

Fonts: (1) Estadístiques Culturals de Catalunya; (2) Gremi d'Editors de Catalunya i Federació de Gremios Editores de España; (3) OJD; (4) *Llibre Blanc de les Indústries Culturals de Catalunya*.

ció de relatiu estancament. No obstant això, i davant d'aquesta evolució clarament positiva, hi ha dos observacions de caràcter general que cal tenir en compte per interpretar correctament les dades disponibles:

a. En primer lloc, cal remarcar que a partir de l'any 2002 s'observa una certa frenada en la tendència de fort creixement econòmic de les indústries culturals en el conjunt d'Espanya.¹¹ Aquest fet s'explica per una confluència de factors de naturalesa molt diversa, i que no es manifesten per igual en tots els sectors culturals: la situació de crisi més o menys generalitzada de l'economia en els darrers mesos, la creixent importància de la pirateria en el consum cultural (que incideix sobretot en els mercats de la música enregistrada), la davallada de la demanda de producció audiovisual per part de les cadenes de televisió espanyoles (sobretot de les anomenades plataformes digitals), un cert estancament del públic cinematogràfic (i caiguda de la quota d'espectadors de cinema espanyol), etc. Caldrà analitzar amb cura

¹¹ Veure SGAE, (2003) *Anuario SGAE 2003 de las artes escénicas, musicales y audiovisuales*.

quin és l'impacte d'aquestes qüestions sobre l'evolució de les indústries culturals de Catalunya a partir de l'any 2002.

b. En segon lloc, cal fer referència a la posició relativa de Catalunya en el conjunt dels mercats culturals espanyols. Malgrat la manca de dades (actualitzades) sobre aquesta qüestió, i des d'una perspectiva general, hi ha algunes evidències que indiquen una certa pèrdua de pes relatiu de Catalunya en el conjunt d'Espanya al llarg de l'última dècada. Així ho indica, per exemple, el treball promogut per la Fundación Autor de la SGAE, que fa referència a un ampli ventall de sectors relacionats amb la cultura, l'esport i l'entreteniment durant el període 1993-1997¹². Així mateix, hi ha informació d'abast sectorial que confirma el manteniment d'una tendència negativa en aquest sentit: la lenta davallada de la quota de mercat del sector d'edició de llibres de Catalunya a Espanya, la dificultat del sector de la premsa de Catalunya per fer-se un lloc en el conjunt del mercat espanyol, la consolidació d'un sistema de ràdio i televisió a Espanya fortament centralitzat a la capital de l'Estat, etc.

Així doncs, tot indica que malgrat la positiva evolució de les indústries culturals de Catalunya (constatada a les pàgines anteriors d'aquest article), a casa nostra aquestes activitats no han crescut amb la mateixa intensitat amb què ho han fet a Madrid (on el seu desenvolupament sembla seguir un ritme de creixement superior). No obstant això, Catalunya –juntament amb la capital de l'Estat– són les àrees que concentren una major activitat dels sectors culturals d'Espanya.

Fetes aquestes consideracions, el diagnòstic estratègic de la situació de les indústries culturals de Catalunya es planteja en els termes següents: d'una banda, el creixement de les indústries culturals de Catalunya en aquests darrers anys (i molt especialment de l'audiovisual) són un clar indicador de l'oportunitat que hi ha per al desenvolupament d'aquests sectors en el país; tanmateix, i d'altra banda,

¹² Vegeu M. I. García, Y. Fernández i J. L. Zofio, 2000 i 2001.

un menor ritme de creixement respecte d'altres territoris pot constituir una amenaça amb vista al futur desplaçament d'aquestes activitats a Catalunya.

En conseqüència, calen unes polítiques d'estímul als sectors culturals de Catalunya que tinguin una eficàcia i uns recursos suficients per tal que en millori la competitivitat i, també, el ritme de creixement. La justificació d'aquestes polítiques es planteja a un doble nivell. Per un costat, es tracta de sectors generadors d'alt valor afegit, que poden contribuir a consolidar la posició de Catalunya entre les regions econòmicament més avançades del seu entorn. Per un altre costat, (i potser aquesta és la justificació més important), perquè les indústries culturals són un mitjà de generació i comunicació de significats simbòlics (valors, identitats, etc.) en les societats contemporànies.

6

Bibliografia

- Anuario SGAE 2002 de las artes escénicas, musicales y audiovisuales.* SGAE, 2002.
<http://www.artenetsgae.com/anuario/anuario2002/home.html>.
- BARÓ, E., CUBELES, X. *El futur desenvolupament de les indústries de continguts d'informació de la ciutat de Barcelona.* Barcelona: Ajuntament de Barcelona, 1999.
- BCF Consultors. *Dimensió econòmica dels sectors culturals de Catalunya: 1998-1999-2000-2001.* Barcelona: Departament de Cultura. Generalitat de Catalunya, 2001.
- BENHAMOU, F. *L'économie de la culture.* París: Éditions La Découverte, 1996.
- BONET, L. (coord.). *Llibre Blanc de les Indústries culturals de Catalunya.* Barcelona: Institut Català d'Indústries Culturals, 2002.
<http://cultura.gencat.net/publicacions/llibreblanc.htm>.
- Deluxe Video Services.* Revista Cine Informe (juliol-agost del 2001).
- EGM - *Estudio General de Medios.* <http://www.aimc.es>.
- Estadístiques culturals de Catalunya.* Barcelona: Departament de Cultura. Generalitat de Catalunya, 2002.
<http://cultura.gencat.net/estadistiques/>
- Estudi del mercat interior del Llibre.* Gremi d'Editors de Catalunya / Federación de Gremios Editores de España, 2002.
<http://www.gremieditorscat.es/>.
- GARCÍA, M. I., FERNÁNDEZ, Y., ZOFÍO, J. L. *La evolución de la industria de la cultura y del ocio en España por comunidades autónomas (1993-1997).* Fundación Autor, SGAE, 2001.
- GARCÍA, M. I., FERNÁNDEZ, Y., ZOFÍO, J. L. *La industria de la cultura y del ocio en España. Su aportación al PIB (1993-1997).* Fundación Autor, SGAE, 2000.
- OJD. Oficina de Justificación de la Difusión.
<http://www.ojd.es>.
- THROSBY, D. *Economía y cultura.* Madrid: Cambridge University Press, 2001.