

El estado de la cultura en España [2013]

La perspectiva de los agentes culturales

Patricia Corredor Lanas

Documento de Trabajo 15/2013

Patricia Corredor

Doctora en Ciencias de la Información y profesora de la Universidad Rey Juan Carlos (Madrid) desde 2000. Anteriormente, ha sido profesora asociada de la Universidad Complutense y de la Universidad Pontificia de Comillas (ICADE). Como periodista especializada en comunicación, ha sido directora de contenidos de la edición digital de Anuncios, semanario de publicidad y marketing, redactora jefe de Interactiv@, revista de comunicación digital, y redactora en otras publicaciones especializadas. Es directora y ponente habitual en Masters y otros cursos de postgrado en diferentes instituciones.

Ninguna parte ni la totalidad de este documento puede ser reproducida, grabada o transmitida en forma alguna ni por cualquier procedimiento, ya sea electrónico, mecánico, reprográfico, magnético o cualquier otro, sin autorización previa y por escrito de la Fundación Alternativas.

© Fundación Alternativas

© Patricia Corredor Lanas

ISBN 978-84-15860-16-7

Depósito legal: M-36377-2013

Con el apoyo de:



Índice

Resumen ejecutivo	4
1. Introducción: La diversidad como perspectiva	7
1.1 La muestra consultada: sobre 304 agentes culturales.....	8
1.2 El cuestionario: La diversidad como eje	10
2. Resultados generales [2013]	11
2.1 Suspenso en una doble crisis	12
2.2 Media general: Pesimismo acrecentado	12
2.3 Nuevas cuestiones de actualidad: fiscalidad y mecenazgo	13
2.4 Los Puntos fuertes de la cultura en España	14
2.5 Los puntos débiles de la Cultura en España.....	16
3. Resultados por esferas: Valoraciones muy diferentes.....	18
3.1 La creación	19
3.2 La producción/edición:	20
3.3 La distribución/comercialización:	22
3.4 El uso y consumo de la cultura:.....	23
3.5 Las políticas públicas y las estrategias comerciales	25
3.6 La proyección exterior y la cooperación.....	26
4. La cultura vista por sectores.....	28
5. La Cultura vista por tipos de agentes	30
6. Observaciones abiertas	34
Apéndices	37
Apéndice I. La muestra.....	37
Apéndice II. Los resultados generales 2013	39
Apéndice II (bis). Los resultados generales 2011	42
Apéndice III.- Relación de expertos participantes en la encuesta 2013	43
Apéndice III. Carta y Cuestionario.....	47

Resumen ejecutivo

En 2013, el Observatorio de Cultura y Comunicación de la Fundación Alternativas ha realizado una amplia encuesta entre agentes de la cultura española, en todos los grandes sectores de mayor peso social y económico, repitiendo su iniciativa pionera de 2011 que, presentada en el centro Reino Sofía, tuvo una gran repercusión mediática y ciudadana. Tras dos años de profundización en la crisis económica y, en particular, de la crisis de la cultura española en prácticamente todos sus parámetros, resultaba importante volver a realizar este sondeo que retrata el estado de nuestra cultura y de nuestras industrias culturales a través de la voz de los agentes culturales.

El conjunto de 54 preguntas se mantiene idéntico al de la Encuesta de 2011 para facilitar las comparaciones entre esas dos fechas, y pretende abarcar las principales problemáticas que atraviesan el campo cultural. Pero hemos añadido, cuatro preguntas de actualidad, sobre temas puntuales cuya importancia no era previsible en 2011, -sobre la imposición fiscal y el sistema de mecenazgo especialmente- y cuyos resultados son siempre tratados aparte para no tergiversar los análisis comparados. La perspectiva central de todas las preguntas es la diversidad cultural, pero también la sostenibilidad económica de nuestra cultura.

Calificación media de la Cultura en España: 4,5: suspenso alto

El sondeo realizado entre casi un centenar de expertos da como resultado una puntuación media total de **4,5** para la Cultura en España, frente al aprobado ajustado de 5,1 obtenido en 2011. Una media general que se sitúa claramente por debajo del límite del aprobado, pero en un nivel todavía que un profesor universitario calificaría tanto de “suspenso alto”, o como de “cercano” al aprobado. Una especie de “filo de la navaja”, desde el que sólo se puede avanzar a corto plazo o decaer irremisiblemente hacia el suspenso rotundo.

En cuanto a las cuatro preguntas añadidas de actualidad sobre el tratamiento fiscal de la cultura en España, sus resultados resultan altamente significativos, en negativo y en positivo, de la conciencia y las expectativas generadas en este período entre los actores de nuestra cultura:

Tratamiento fiscal de la cultura

<i>Cuestión nº 55</i>	
<i>El tratamiento fiscal de la cultura es justo y apropiado para su promoción</i>	1,7
<i>Cuestión nº 56</i>	
<i>El IVA de las actividades culturales permite su desarrollo</i>	1,5

Mecenazgo

<i>Cuestión nº 57</i>	
<i>El mecenazgo puede ser una alternativa potente de financiación de la cultura</i>	5,3
<i>Cuestión nº 58</i>	
<i>Una regulación favorable al mecenazgo impulsaría decisivamente la cultura</i>	5,5

Máximas y mínimas puntuaciones:

En el conjunto del *top* de las diez puntuaciones más altas por respuesta, resalta claramente el optimismo por el destino de la cultura española en su relación con las redes y soportes digitales, tanto desde el punto de vista de la creación como de los propios usuarios.

Las puntuaciones mínimas de nuestra encuesta de 2013 se agrupan ostentadamente sobre las cuestiones formuladas en torno a las políticas públicas culturales, tanto interiores como de cooperación y proyección exterior.

Matrices por roles y sectores:***Esferas de actividad***

Por esferas de actividad, en que está ordenado nuestro cuestionario, resalta en los resultados de 2013 el contraste entre el aprobado alto obtenido por las valoraciones de la creación (5,7) y del uso de la cultura (5,4), frente al suspenso medido de la producción/edición (4,7) o de la distribución (4,5) y, sobre todo frente el suspenso sin paliativos obtenido por las políticas públicas culturales (3,4) y la proyección exterior de nuestra cultura (3,5).

Sectores

Por su origen sectorial destaca que el único aprobado claro lo obtengan los actores provenientes de las artes plásticas (5,2). En cambio cosechan suspensos rotundos los agentes con origen en las artes escénicas (3,8) y la Música y la Industria discográfica (4,1). En términos medios, dentro del suspenso alto, figuran los restantes sectores: libro (4,9), videojuegos y multimedia (4,6), creatividad publicitaria y diseño (4,5), cine y audiovisual (4,4).

Roles profesionales

Por roles profesionales: en los procesos culturales destacan las valoraciones de los gestores de la cultura (productores/editores y distribuidores), que detentan la visión más positiva del estado de la cultura española, con un 4,6 cercano al aprobado. En el otro extremo, los creadores ofrecen la visión menos optimista, con un 4,3.

En un caleidoscopio tan amplio y complejo como el que compone y estructura la cultura española, sus agentes o actores muestran una notable coherencia y una considerable prudencia pese a la crisis aguda que atravesamos.

1. Introducción: La diversidad como perspectiva

En 2011, el Observatorio de Cultura y Comunicación de la Fundación Alternativas emprendió una tarea esforzada pero original y valiosa: pulsar la opinión de los agentes sociales directamente implicados en los procesos y fenómenos culturales sobre el estado de la Cultura Española. Sus resultados fueron presentados en el III Foro de Industrias Culturales (Fundación Alternativas y Fundación Santillana) celebrado en el centro Reina Sofía, y publicados en la obra “Informe sobre la Cultura Española y su proyección global”¹, y tuvieron una amplia repercusión en los medios de comunicación clásicos así como en los medios electrónicos y en las redes sociales.

Ahora, tras dos años de profundización en la crisis económica y, en particular, de la crisis de la cultura española en prácticamente todos sus parámetros, hemos considerado importante volver a realizar ese sondeo que retrata indirecta pero efectivamente el estado de nuestra cultura y de nuestras industrias culturales. Se trata asimismo de dar la voz a los agentes culturales, de poder oír sus opiniones y valoraciones sobre su propia actividad, algo mucho más trascendental todavía en unos momentos que muchos medios de comunicación han calificado como dramáticos para la cultura.

Hace dos años, señalábamos ya que se trataba de una consulta poco habitual en el mundo de la cultura, habituado a las encuestas a las empresas y a los usuarios, de la oferta y la demanda, que solía dejar en la oscuridad, en una auténtica “caja negra”, a los auténticos protagonistas de la cultura. Aunque advertíamos que la cultura construye siempre ese universo simbólico común en interrelación con los ciudadanos, en la complicidad entre la expresión del arte y los sentimientos de una sociedad que construye permanentemente sus identidades.

La situación no ha cambiado ciertamente en este lapsus de tiempo: se mantienen fuentes valiosas de estadísticas sobre el consumo y la facturación de cada actividad o sector cultural, sondeos permanentes sobre los hábitos y usos cambiantes del público, en los medios analógicos y cada vez más abundantes y precisos en los digitales. Pero el universo integral de los protagonistas de la cultura, aun con sus singularidades por rama o por papel social y económico, carece de un altavoz que permita escuchar su voz ante el resto de la sociedad². Incluso en la vorágine de reivindicaciones que ha despertado la crisis económica y sus consecuencias

¹ Bustamante, E. (Coord.) *Informe sobre la Cultura Española y su proyección global*. Fundación Alternativas/ Editorial Marcial Pons. Madrid. 2011 (<http://www.falternativas.org/oc-fa/documentos/informe-sobre-la-cultura-espanola-y-su-proyeccion-global-2011>)

² La Fundación Contemporánea realiza periódicamente encuestas sobre agentes culturales, pero se trata de sondeos destinados a evaluar sus expectativas económicas, de inversión, facturación y empleo. Ver: <http://www.fundacioncontemporanea.com>

cotidianas, el mundo de la cultura ha aparecido con sordina, postergado y limitado a protestas puntuales, a proclamas sectoriales muchas veces y, por decirlo así, marginales en un mundo de recortes y ajustes sobre “necesidades” materiales perentorias del ser humano.

Como en 2011, tenemos de entrada que excluir toda pretensión de representatividad sociológica de nuestra muestra, que resulta inviable en términos estrictamente metodológicos, no sólo por su cantidad sino sobre todo por el disperso y magmático universo de las actividades culturales. Pero pensamos que la opinión de los agentes, aleatoriamente elegidos de entre una amplia base de datos, refleja en buena medida la situación de este campo vital para la economía y la democracia española. Con el añadido de que, además de su conocimiento y experiencia, el estado de conciencia de los actores de un sistema tan enraizado en las personalidades individuales está presumiblemente destinado a influir activamente en los derroteros de la propia realidad, lo que presta a los resultados cierta capacidad de pronóstico, sin pretender en absoluto un valor profético que las ciencias sociales no pueden ciertamente asegurar.

Por lo demás, no hemos buscado solamente “estrellas” culturales, minoritarias por notorias que sean en un mundo mucho más complejo, aunque haya personalidades importantes entre los encuestados. Tampoco hemos hecho hincapié en las grandes empresas y grupos, sin descartarlos, porque el tejido económico cultural es mucho más amplio y poliédrico. Pero pensamos que la muestra tomada y encuestada efectivamente representa en buena medida ese caleidoscopio cultural cuya diversidad afirma justamente su riqueza.

1.1 La muestra consultada: sobre 304 agentes culturales

Para pulsar estas opiniones, se construyó una amplia base de datos de agentes culturales españoles, basada en la acumulación de actividades, informes y seminarios, que la Fundación Alternativas ha ido realizando desde hace doce años, actualizada y complementada en algunos casos con la renovación de cargos públicos y privados en muchas instituciones. Y, sobre la experiencia de 2011, esta base de personalidades ha alcanzado ya a 304 direcciones consignadas para conseguir como objetivo un centenar de encuestas respondidas, una proporción previsible en un campo muy atomizado, en el que el esfuerzo y el voluntarismo individual han primado muchas veces sobre los análisis y las estrategias colectivas. Una parte importante de los encuestados (en torno al 60 %) repite respecto a 2011, pero la renovación de más de un tercio revela el alto grado de rotación que

se ha producido en las instituciones públicas y, en menor medida, en las privadas.

La vía de la consulta, realizada *on line* sobre una plataforma profesional de Internet (e-encuesta.com), ha facilitado nuestro trabajo de recogida y tabulación de los resultados, aunque también ha mostrado, a veces en tiempo real, las dificultades y la seriedad de muchos agentes culturales para enfrentarse al largo cuestionario planteado.

Sin embargo, la muestra completa y las respuestas efectivas no han sido indiferenciadas, sino equilibradas entre roles productivos desempeñados en la Cultura y entre sectores centrales culturales, no sólo para ganar en representatividad del conjunto de la cultura, sino también para poder matizar los resultados según las muy diversas actividades desempeñadas en un campo tan amplio y diverso.

De esta forma, hemos buscado sistemáticamente una ponderación de los encuestados entre **3 grandes categorías**:

❶	Creadores
❷	Gestores públicos y privados
❸	Investigadores y Críticos

Y los hemos segmentado equilibradamente entre **7 grandes sectores de actividad** que sintetizan los mayores procesos culturales en nuestra sociedad (en proyección social y en peso económico):

❶	Artes Escénicas
❷	Artes Plásticas
❸	Música e industria discográfica
❹	Cine y producción audiovisual
❺	Libro y Bibliotecas
❻	Videojuegos y multimedia
❼	Creatividad publicitaria y diseño

Además, computada de forma separada muchas veces para evitar sesgos subjetivos, hemos añadido una octava categoría polivalente que la realidad imponía, por la existencia de expertos académicos y profesionales que, en función de su trayectoria, tenían una experiencia valiosa que atravesaba los diferentes sectores y actividades:

❽	Expertos transversales (gestores, investigadores)
---	---

1.2 El cuestionario: La diversidad como eje

El conjunto de 54 preguntas se mantiene idéntico al de la Encuesta de 2011 para facilitar las comparaciones entre esas dos fechas. Se trata de un cuestionario exhaustivo, con vocación de perennidad, y que pretende por ello abarcar las principales problemáticas que atraviesan el campo cultural. Pero hemos añadido cuatro preguntas de actualidad, sobre temas puntuales cuya importancia no era previsible en 2011 -sobre la imposición fiscal y el sistema de mecenazgo especialmente- y cuyos resultados son siempre tratados aparte para no tergiversar los análisis comparados. Como las preguntas del cuestionario estable, estos interrogantes son enunciados en términos positivos para evitar cualquier condicionamiento sobre los encuestados, a quienes se pide que valoren cada pregunta en una escala que va de 1 a 10 (de máximo desacuerdo a máximo acuerdo).

La comprensión plena del cuestionario y, por tanto, de los resultados, exige recalcar su filosofía esencial mantenida: una perspectiva central sobre la Diversidad, cultivada tradicionalmente por la Fundación Alternativas en todos sus estudios sobre Cultura pero avalada por el propio Estado español en su ratificación de la Convención por la diversidad de la UNESCO (Octubre de 2007). La Diversidad como “multiplicidad de formas en que se expresan las culturas de los grupos y sociedad, en tanto que “característica esencial”, y “patrimonio común de la humanidad”. Es decir, la consideración de los bienes culturales como “de índole, a la vez, económico y cultural, porque son portadores de valores y significados, y por tanto no deben tratarse como si solo tuviesen un valor comercial” (UNESCO, 2005). De ahí nuestra declinación del cuestionario en términos de pluralismo cultural y de políticas públicas, de economía e industria pero también de democracia, de cooperación intercultural pero asimismo de exportación o proyección de nuestras creaciones culturales.

Para representar a todas las grandes fases de la cadena de valor de la Cultura y de las Industrias Culturales y Creativas, tanto en su versión clásica analógica como en su traducción al mundo digital, se delimitaron **6 esferas** que estructuraban enteramente el Cuestionario:

❶	La Creación
❷	La Producción/Edición
❸	La distribución/comercialización
❹	El uso y consumo de la cultura
❺	Las políticas públicas y estrategias comerciales
❻	La proyección exterior y la cooperación

Y se buscó enunciar las cuestiones, orientándolas por **áreas axiales** de valoración de la cultura, que debían traducir en términos explícitos sus valores democráticos fundamentales y las condiciones económicas necesarias para sostenerlos, con un número de preguntas flexible y capaz de aprehender los aspectos fundamentales de cada área en cada esfera:

①	La Creación	- Innovación - Pluralismo creativo - Pluralismo ideológico - Remuneración justa
②	La Producción/Edición	- Pluralismo de voces - Identidad - Diversidad de oferta - Sostenibilidad financiera
③	La distribución/comercialización	- Diversidad de oferta - Pluralismo de voces - Sustentabilidad financiera
④	El uso y consumo de la cultura	- Diversidad - Participación - Identidad
⑤	Las políticas públicas y estrategias comerciales	- Apoyo a la diversidad y el pluralismo - Apoyo a la sostenibilidad financiera - Independencia de la cultura
⑥	La proyección exterior y la cooperación	- Comercio potente - Diversidad intercultural - Sostenibilidad económica

Resultados generales [2013]

1.3 Suspenso en una doble crisis

El sondeo realizado entre cerca de un centenar de expertos da como resultado una puntuación media total de 4,5 para la Cultura en España.

Calificación de la Cultura en España:



4,5

1.4 Media general: Pesimismo acrecentado

La media general obtenida se sitúa claramente por debajo del límite del aprobado, pero en un nivel todavía que un profesor universitario calificaría tanto de “suspenso alto” como de “cercano al aprobado. Una especie de “filo de la navaja” desde el que sólo se puede avanzar a corto plazo o decaer irremisiblemente hacia el suspenso rotundo. Y que se afirma más claramente aun porque la desviación de valoraciones entre roles y sectores de la cultura se revela, como en 2011, bastante limitada para un universo tan amplio y variado.

La comparación con la nota media obtenida en 2011 no admite, sin embargo, paliativos: la percepción de los agentes culturales sobre el estado de la cultura española ha empeorado seriamente en estos dos años transcurridos, perdiendo seis décimas en tan corto período.

Al presentar los resultados de nuestra primera encuesta, señalábamos que los resultados estaban indeleblemente marcados ya por una doble crisis: la que emanaba de las consecuencias de la crisis económica internacional y nacional, y la que resultaba de una difícil transición al mundo digital. Ahora, parece imposible no

pensar en factores como la agudización de la crisis económica, y en el giro brusco de las políticas públicas que, conjugados, arrastran a buena parte de la prensa a calificativos y metáforas muy negativas sobre la cultura española.

En términos positivos, y frente a tantos acontecimientos tan negativos como los que hemos vivido estos dos años, en la situación general y en la cultura en particular, se evidencia la prudencia y el optimismo de unos agentes sociales que no han caído en el pánico ni en el derrotismo y que, aun expresando su acentuado pesimismo, muestran una prudencia y, en algunos terrenos, un optimismo y una esperanza en el futuro dignos de ser destacados.

1.5 Nuevas cuestiones de actualidad: fiscalidad y mecenazgo

Como adelantábamos en la ficha metodológica anterior, hemos añadido cuatro preguntas de actualidad sobre el tratamiento fiscal de la cultura en España que, aunque comprendidas implícitamente en nuestro cuestionario permanente sobre las políticas públicas y su tratamiento a la cultura, afectan a problemas y cuestiones que se han suscitado de forma individualizada y acuciante en 2012-2013. Sus resultados de valoración resultan altamente significativos, en negativo y en positivo, de la conciencia y las expectativas generadas en este período entre los actores de nuestra cultura.

Ambas calificaciones bajísimas no dejan lugar a dudas, -todos los sectores y roles profesionales sumados-, de la rotundidad y contundencia de la condena del mundo cultural español al sistema fiscal aplicado a la cultura española; y muy especialmente, al IVA “cultural” aplicado desde el último cuatrimestre de 2012, por mucho que su graduación por actividades (entre cultura escrita y el resto en suma) sea ampliamente diferencial.

Tratamiento fiscal de la cultura

<i>Cuestión nº 55</i>	
<i>El tratamiento fiscal de la cultura es justo y apropiado para su promoción</i>	1,7
<i>Cuestión nº 56</i>	
<i>El IVA de las actividades culturales permite su desarrollo</i>	1,5

Las dos preguntas directamente alusivas al mecenazgo, la gran promesa de las nuevas autoridades culturales españolas, no dejan de suscitar valoraciones ambiguas: junto al claro aprobado en positivo que muestra las esperanzas depositadas en ese sistema, se añade el realismo de unas puntuaciones medidas que pueden indicar al mismo tiempo la prudencia sobre su impacto y la desconfianza sobre su aplicación a corto plazo.

<i>Cuestión nº 57</i>	
<i>El mecenazgo puede ser una alternativa potente de financiación de la cultura</i>	5,3
<i>Cuestión nº 58</i>	
<i>Una regulación favorable al mecenazgo impulsaría decisivamente la cultura</i>	5,5

1.6 Los Puntos fuertes de la cultura en España

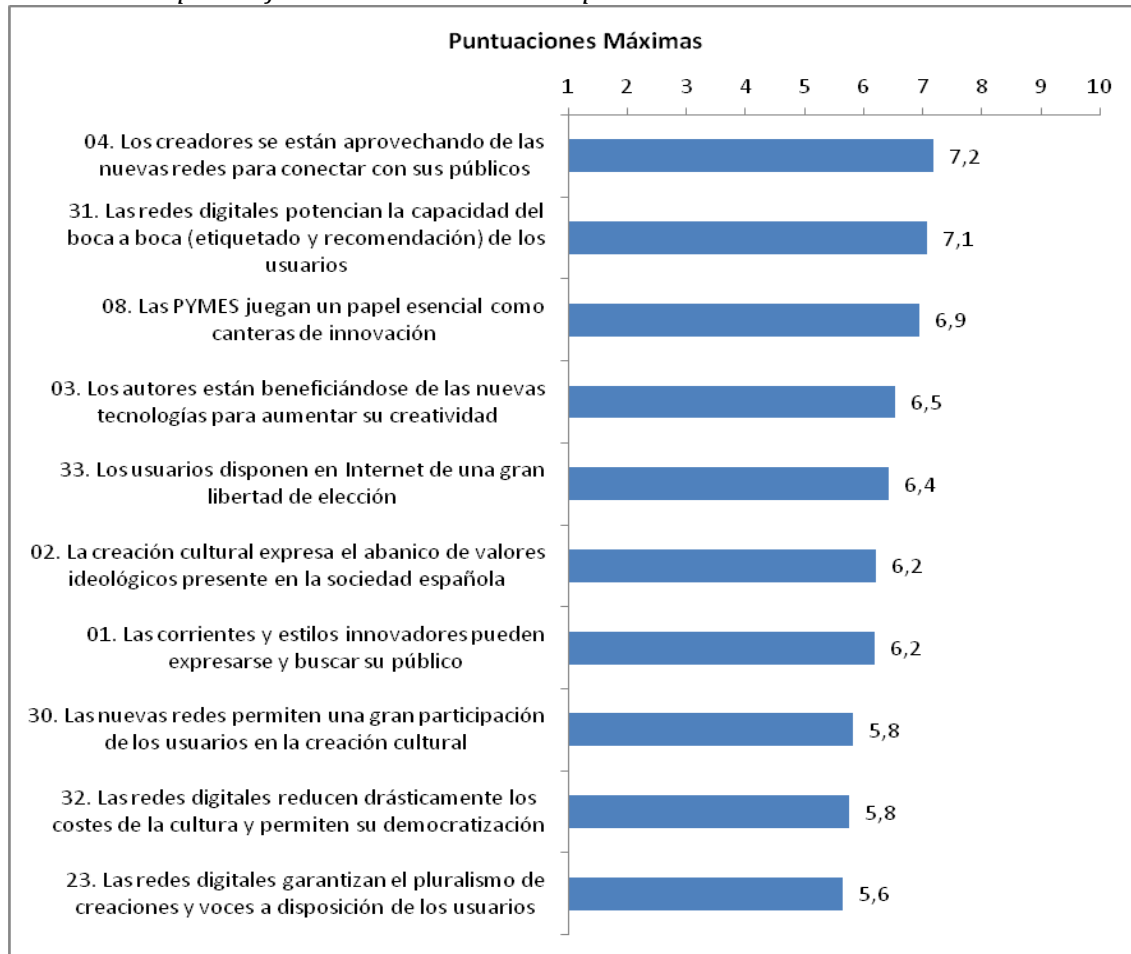
Si se observa el conjunto del *top* de las diez puntuaciones más altas por respuestas, resalta claramente el optimismo por el destino de la cultura española en su relación con las redes y soportes digitales, tanto desde el punto de vista de la creación como de los propios usuarios.

Matizando más esos resultados, destaca en primer lugar la esperanza de los actores culturales sobre los efectos de la transformación digital de la cultura, para ellos y para sus públicos, algo que desmiente frontalmente las imágenes de un sector retardatario y resistente frente a la transformación y la innovación tecnológica.

Así, siete preguntas sobre este campo se colocan en el *top ten* de las valoraciones: los creadores están aprovechando las nuevas redes para conectar con sus públicos (7,2), las redes digitales potencian la capacidad del boca a boca de los usuarios (7,1), los usuarios disponen en Internet de una gran libertad de elección (6,4), los autores están beneficiándose de las nuevas tecnologías para aumentar su creatividad (6,5), y aunque con menores valoraciones, las nuevas redes permiten una gran participación de los usuarios en la creación cultural (5,8), las redes digitales reducen drásticamente los costes de la cultura y permiten su democratización (5,8) y, finalmente, las redes digitales garantizan el derecho de acceso general a la cultura (5,6).

Las otras preguntas de máxima puntuación afectan a las PYMES y a los propios creadores en la cultura: las PYMES juegan un papel esencial como canteras de innovación (6,9), la creación cultural expresa el abanico de valores ideológicos presentes en la sociedad española (6,2), y las corrientes y estilos innovadores pueden expresarse y buscar su público (6,2) [*Cuadro1*].

Cuadro 1. Los puntos fuertes de la cultura en España

*Comparación 2013 – 2011*

Sin embargo, comparando ese ranking de máximas puntuaciones con el obtenido hace dos años, se observa la estabilidad de las opiniones positivas sobre Internet y las redes digitales en sus consecuencias sobre la cultura, pero con un descenso matizado de la puntuación de casi todas las respuestas, de forma que la banda del optimismo ha descendido de entre 6,2 a 7,6 (2011) a entre 5,6 y 7,2 (2013); y se muestra un retroceso relativo más acusado en la esperanza de que las corrientes y estilos innovadores puedan expresarse (de 7 a 6,2).

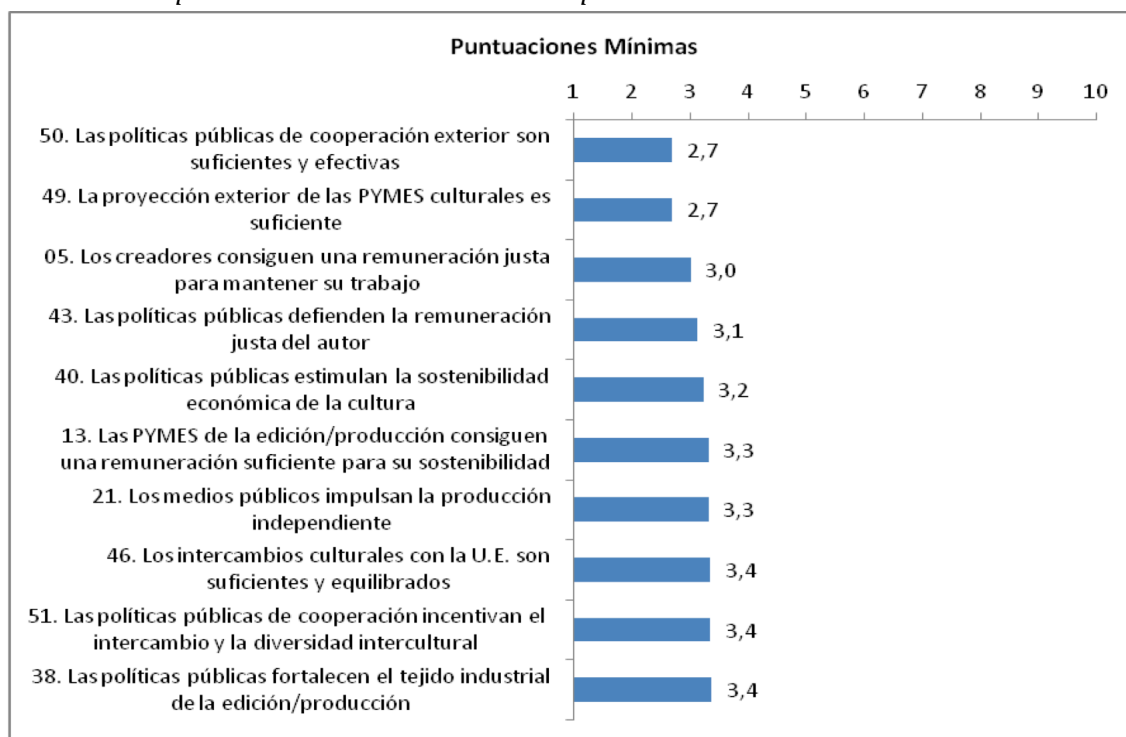
Sobre todo, desaparecen del *top* de puntuación algunas respuestas relacionadas con el público a medio plazo (cinco años): la distribución por todos los canales permitirá una mayor diversidad a medio plazo (antes 7º), y los ciudadanos-consumidores incrementarán su diversidad de elección a medio plazo (antes 10º). Lo que parece indicar la convicción de que las expectativas de salida de la crisis múltiple actual no se dirimen en tan corto espacio de tiempo.

1.7 Los puntos débiles de la Cultura en España

Las puntuaciones mínimas de nuestra encuesta de 2013 se agrupan ostentosamente sobre las cuestiones formuladas en torno a las políticas públicas culturales, tanto interiores como de cooperación y proyección exterior: 6 de las respuestas peor valoradas se corresponden con esos papeles del Estado respecto a la cultura. Así, encabeza el ranking negativo la afirmación de que las políticas públicas de cooperación exterior son suficientes y efectivas (2,7) y la siguen a cierta distancia: las políticas públicas defienden la remuneración justa del autor (3,1), estimulan la sostenibilidad económica de la cultura (3,2), fortalecen el tejido industrial de la edición/producción (3,4), o incentivan el intercambio y la diversidad intercultural (3,4). La sexta respuesta en términos de peor valoración puede subrogarse también a esta temática, ya que afecta a si los medios públicos impulsan la producción independiente (3,3).

Tan solo cuatro respuestas de este *top ten* por la cola se salen del marco señalado: la proyección exterior de las PYMES culturales es suficiente (2,7), los creadores consiguen una remuneración justa para mantener su trabajo (3,0), las PYMES de edición/producción consiguen una remuneración suficiente (3,3) y, finalmente, los intercambios culturales con la U.E. son suficientes y equilibrados (3,4). [Cuadro2].

Cuadro 2. Los puntos débiles de la cultura en España



Comparación 2013 – 2011

Las respuestas peor valoradas del cuestionario bajan sus puntuaciones suelo en estos dos años, ya que se movían en la primera consulta entre el 2,9 y el 4,1, mientras que ahora oscilan entre el 2,7 y el 3,4.

Pero, sobre todo, han cambiado ampliamente de composición en estos dos años: de centrarse en la cooperación y las políticas y estrategias privadas de proyección exterior, se concentran ahora en las políticas públicas interiores, incluyendo a los medios de comunicación públicos que antes eran comparados ventajosamente con los medios privados, y que ahora caen del 4,5 al 3,3.

Tan sólo se mantiene relativamente en el ranking por abajo la mala valoración de las preguntas que se referían a la remuneración de los creadores, autores y PYMES.

2. Resultados por esferas: Valoraciones muy diferentes

Más relevantes aun que las calificaciones medias generales son las obtenidas por las esferas de actividad en que está ordenado nuestro cuestionario, y que apuntan a realidades complementarias pero muy diversas. [Cuadro 3].

De forma que resalta en los resultados de 2013 el contraste entre el aprobado alto obtenido por las valoraciones de la creación (5,7) y del uso de la cultura (5,4), frente al suspenso medido de la producción/edición (4,7) o de la distribución (4,5) y, sobre todo contra el suspenso sin paliativos obtenido por la proyección exterior de nuestra cultura (3,5) y por las políticas públicas culturales (3,4).

Cuadro 3. Calificación de las esferas del mundo cultural

1º	LA CREACIÓN	5,7
2º	LA PRODUCCIÓN/EDICIÓN	4,7
3º	LA DISTRIBUCIÓN/COMERCIALIZACIÓN	4,5
4º	EL USO Y CONSUMO DE LA CULTURA	5,4
5º	LAS POLÍTICAS PÚBLICAS Y ESTRATEGIAS COMERCIALES	3,4
6º	LA PROYECCIÓN EXTERIOR Y LA COOPERACIÓN	3,5

Como freno a una lectura excesivamente sobre las puntuaciones de estas dos esferas, hay que decir que, respecto a la encuesta de 2011, cuando aprobaban nítidamente cuatro de las seis esferas, en 2013 todas las valoraciones descienden, incluyendo las de creación y producción.

Pero ciertamente, las que más sufren la caída son las políticas públicas, desde el 4,5 en que se situaban en 2011 hasta el 3,4 en 2013; y la cooperación y las estrategias exteriores que bajan del 4 al 3,5 en 2013.

Pero el análisis detallado por esferas, aporta elementos indudables de interés.

2.1 La creación

[Puntuación: 5,7]

La creación de contenidos simbólicos es el centro nuclear de las actividades culturales, y su diversidad creativa, su pluralismo ideológico y su grado de innovación se consideran con gran consenso como los valores básicos de la cultura de un país o una región, junto al consumo de los usuarios y su capacidad de elección. Pero las tecnologías y las redes digitales han transformado profundamente estos parámetros, abriendo el debate sobre el ensanchamiento de la base creativa a capas crecientes de consumidores. A la espera de esa promesa del “todos creadores”, que ningún estudio empírico ha avalado por ahora, se mantiene el axioma de que esta diversidad múltiple de artistas más o menos especializados y deseosos de vivir de su obra, es función directa de la capacidad de un sistema para remunerar justamente el esfuerzo del mayor número de creadores posibles. [Cuadro 4].

Cuadro 4. Calificación por esferas: 1.La creación



Pues bien, los resultados de la encuesta de 2013 indican que la creación es la actividad mejor valorada, con 5,7 puntos, superando muy fuertemente a la media general.

Especialmente destaca, dentro de ella, la alta puntuación que merecen los creadores en su relación con las tecnologías y redes nuevas: que están

aprovechando las nuevas redes para conectar con sus públicos (7,2), o que están beneficiándose de las nuevas redes para aumentar su creatividad (6,5); con menor puntuación pero aprobadas altas se considera la representatividad por la creación cultural del abanico ideológico de la sociedad española (6,2), o la posibilidad de expresión de las corrientes y estilos innovadores (6,2). Por el contrario, no llegan al 5 las expectativas sobre la mejora a medio plazo de la diversidad creativa (4,9), y cae al mínimo la consideración sobre la remuneración justa de los creadores (3,0).

El análisis comparativo con los resultados de 2011, resulta más matizado que en otras áreas, con reducciones persistentes pero menores de las puntuaciones. La única cuestión que cae bruscamente (de 3,7 a 3) es justamente la que afecta a la remuneración “justa” de los creadores para poder mantener su trabajo. Y, en menor medida, decae el optimismo sobre la diversidad creativa a cinco años (de 5,4 a 4,9).

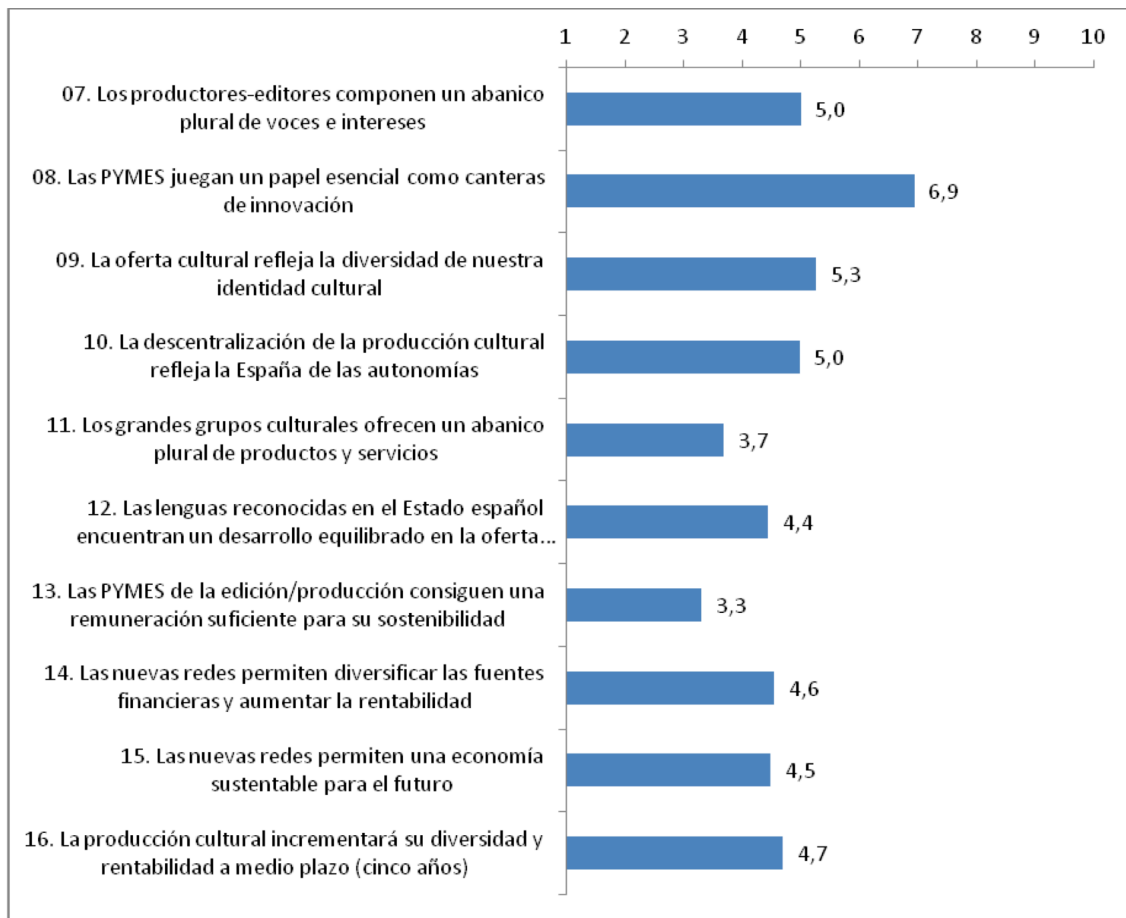
2.2 La producción/edición:

[Puntuación: 4,7]

La producción/edición ha sido unánimemente considerada como una función estratégica de todos los sectores culturales en una economía de mercado, cuya importancia se ha acrecentado en las últimas décadas analógicas. Lejos de una mera intermediación entre la creación y los usuarios, se trata de una inversión de capital que selecciona las creaciones y de esta forma permite la existencia social de la obra. Grandes grupos, medianas y pequeñas empresas juegan por ello, un papel esencial para la diversidad o para la censura, para la innovación o para la reiteración.

Pero las redes digitales están alterando profundamente su estatuto económico y cultural, con nuevas promesas y amenazas para la ecología de la cultura, de forma que al mismo tiempo que generan una superabundancia de la oferta, ponen de relieve la necesidad persistente de mediadores simbólicos y de prestigio para orientar el consumo cultural. De ahí el especial interés que tienen las valoraciones en esta área. [Cuadro 5].

Cuadro 5. Calificación por esferas: 2. La producción/edición



La producción/edición aparece con una nota media cercana al aprobado (4,7), pero sólo cuatro respuestas aprueban nítidamente de entre las 10 dedicadas a esta esfera. Un empeoramiento apreciable respecto a 2011, cuando el área entera aprobaba (con un 5,3), y en donde ahora sólo mantienen relativamente esa calificación el papel emblemático de las PYMES culturales como cantera de innovación (6,9, antes 7,3), y el reflejo por la oferta de nuestra identidad cultural (5,3, antes 5,7), así como el abanico plural que compondrían productores/editores (5) y la descentralización de la producción cultural española (5).

En términos relativos destaca el cuasi aprobado de las dos preguntas destinadas a pulsar la relación entre productores y nuevas redes, en términos de diversidad y rentabilidad a cinco años (4,7), idéntica a la de 2011, y de permitir diversificar la financiación y aumentar la rentabilidad (4,6).

Los restantes parámetros descienden también, aunque alguno de ellos se mantienen cercanos al aprobado: el desarrollo equilibrado de las lenguas reconocidas en el Estado español (4,4). En cambio, significativamente, aparecen con valoraciones muy bajas la remuneración suficiente de las PYMES culturales

(3,3), o la relación entre grandes grupos y oferta plural (3,7), que sufren también las mayores caídas de apreciación desde 2011, con pérdidas de casi un punto.

2.3 La distribución/comercialización:

[Puntuación: 4,5]

La distribución ha sido asimismo valorada como una fase estratégica para la diversidad cultural efectiva, con cada vez mayor peso y poder en las últimas décadas analógicas. En la expansión de sus redes y las de la comercialización se ha cifrado buena parte de las conquistas de socialización de la cultura, pero también sus cuellos de botella de pluralismo y diversidad, sus amenazas de monopolio y empobrecimiento.

Las nuevas redes han afectado a este rol más profundamente que a ningún otro, cuestionando los modelos de oferta y de negocio pero despertando asimismo notables expectativas de diversidad y sostenibilidad de la cultura. Pero junto a las promesas de desintermediación se han sucedido aquí las experiencias de aparición de nuevas y potentes librerías virtuales, a veces de redes propietarias enlazadas a grandes catálogos cautivos de derechos y, en consecuencia, con enorme poder de atracción de grandes masas de usuarios. [Cuadro 6].

Cuadro 6. Calificación por esferas: 3. La distribución/comercialización



Aunque la nota media de esta área da un suspenso (4,5), con seis décimas de retroceso respecto a los resultados de 2011 (5,1), hay preguntas que aprueban claramente, especialmente las que se refieren a las transformaciones de las nuevas redes digitales en el pluralismo de creaciones y voces (5,6), en cuanto al derecho de acceso general a la cultura (5,6), e incluso respecto a la combinación de todos los canales disponibles para la diversidad y la rentabilidad (5,5).

En cambio, suspenden las restantes seis preguntas, levemente la relación entre redes analógicas y oferta diversa (4,6) o la capacidad de elección del consumidor permitida por la comercialización (4,4), pero con notas muy bajas las que relacionan a los medios de comunicación con la creación y promoción de la cultura (3,7), o con la diversidad cultural (3,6).

A destacar la caída de las expectativas centradas en los medios de comunicación públicos en su relación con el impulso a la diversidad cultural (3,9) o a la producción independiente (3,3), que retroceden fuertemente respecto a los resultados de 2011 (con 5 y 4,5 respectivamente), en valoraciones llamativamente cercanas a las de los medios de comunicación privados.

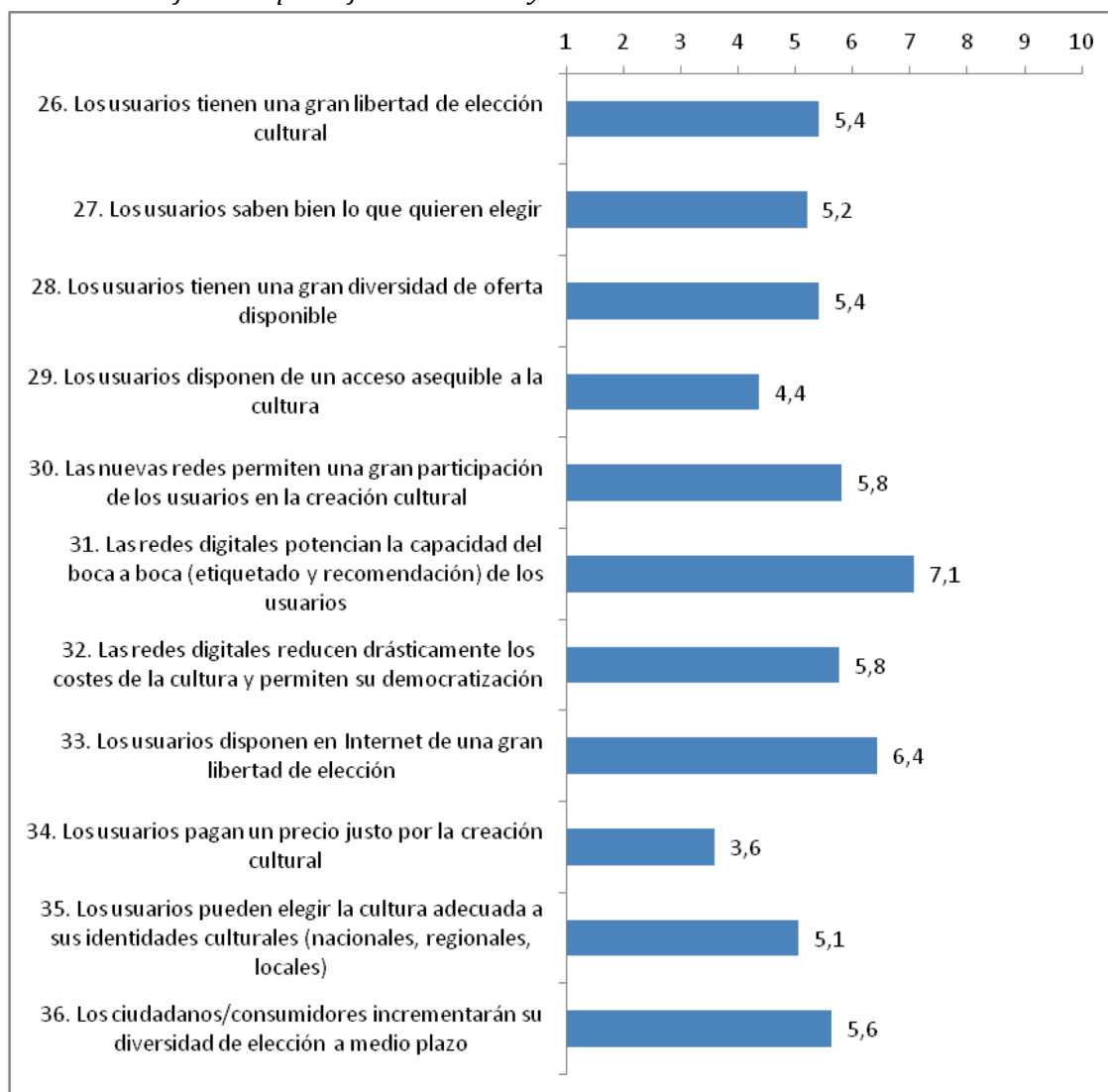
2.4 El uso y consumo de la cultura:

[Puntuación: 5,4]

Los usuarios son los protagonistas esenciales de la cultura, bien sea en tanto ciudadanos o como consumidores. Sin su dinero o su tiempo no hay sostenibilidad posible en términos de mercado; sin su beneficio y derecho universal de acceso no se pueden legitimar las políticas públicas. La diversidad se mide prioritariamente por la visibilidad, accesibilidad y asequibilidad para ellos del máximo de creaciones culturales posibles (orígenes, formatos, géneros, estilos,...).

Las redes digitales, Internet muy especialmente, han centrado por ello todas sus promesas, y sus utopías, sobre la abundancia ilimitada de oferta y sobre el acceso activo a la cultura. Aunque no es este el espacio apropiado para analizar esas situaciones ni sus cambios, las valoraciones de los agentes culturales sobre sus destinatarios obligados iluminan estas relaciones. [Cuadro 7].

Cuadro 7. Calificación por esferas: 4. El uso y el consumo de la cultura



La esfera del uso y consumo de la cultura, compuesta por una batería de once preguntas, es la única que aprueba (con un 5,4) en nuestra encuesta junto con la creación, salvando al menos la estimación de los dos extremos vitales de la cultura española, aunque sufra un retroceso de apreciación de siete décimas respecto a 2011.

Es más, nueve respuestas tienen una valoración positiva, destacando de nuevo las puntuaciones elevadas conseguidas por las redes digitales e Internet en la potenciación del boca a boca (7,1), como de la capacidad de elección (6,4), de su potenciación de la democratización (5,8), e incluso el incremento de la diversidad a medio plazo (5,6). En general, se aprecia un optimismo templado de los agentes culturales sobre la inteligencia de los usuarios (saben lo que quieren, con un 5,2), o

tienen gran diversidad de oferta (5,4).

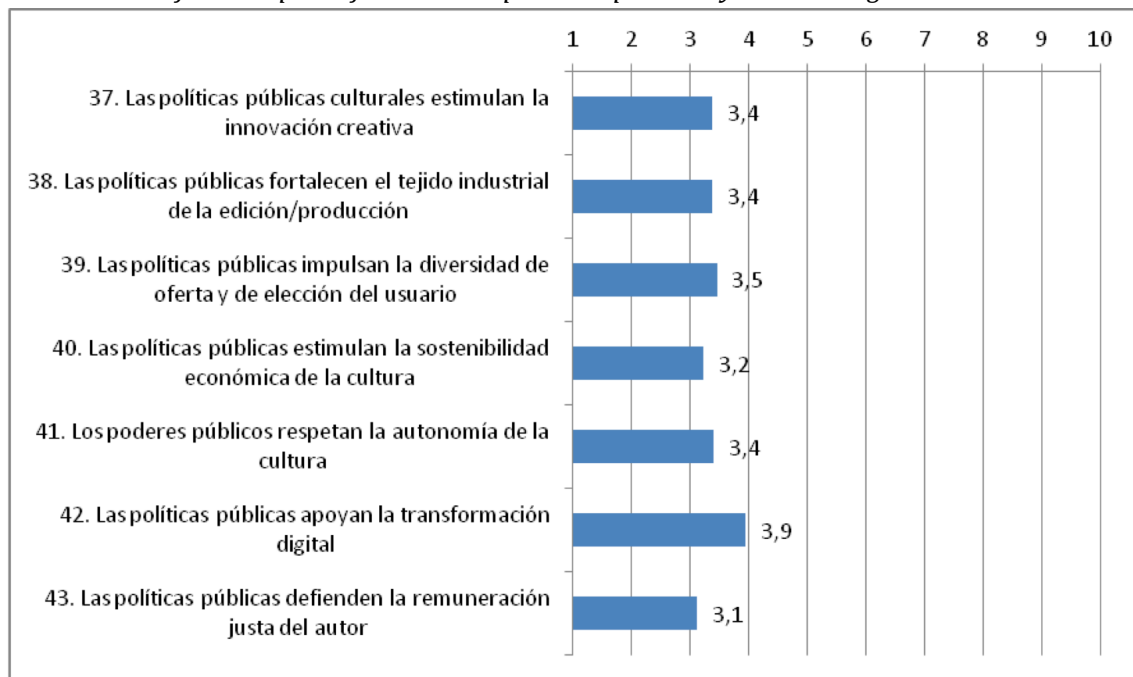
En el otro extremo, suspenden las respuestas medias sobre el precio justo pagado por el usuario (3,6) y, paradójicamente, el acceso asequible a la cultura (4,4); además, en ambos casos, con todas sus contradicciones interrelacionadas, las estimaciones han descendido drásticamente (antes con 4,3 y 5,7 respectivamente).

2.5 Las políticas públicas y las estrategias comerciales

[Puntuación: 3,4]

En una economía de mercado, las estrategias mercantiles de los diversos agentes determinan hegemonícamente las relaciones culturales. En una democracia, las políticas públicas culturales se consideran vitales para paliar las fallas del mercado, su incapacidad natural para preservar el medio/largo plazo del acervo cultural, sus desequilibrios entre agentes, su acceso discriminatorio a los bienes culturales. La transición acelerada al mundo digital ha alterado profundamente estas articulaciones y equilibrios, siempre precarios. El gran problema es verificar y construir nuevas alianzas que preserven y fortalezcan la economía pero también el papel crucial democratizador de la cultura. [Cuadro 8].

Cuadro 8. Calificación por esferas: 5. Las políticas públicas y las estrategias comerciales



Pues bien, el resultado global de valoración de las políticas públicas entre los agentes culturales españoles es clara y meridianamente negativo, con un suspenso bajo del 3,4. Esta media no resulta novedosa en sí misma respecto al suspenso

conseguido asimismo en 2011 (4,5), pero resulta muy relevante que la percepción de estos factores (sobre siete preguntas dedicadas a pulsar opiniones) caiga bruscamente en algo más de 1 punto. Efectivamente, en 2011, todas las cuestiones relacionadas con esta esfera suspendían, pero se situaban entre 4,4, y 4,8 puntos; pero ahora descienden a un abanico situado entre 3,1 y 3,9 puntos. Es decir, que el juicio de los encuestados, ya bastante negativo en 2011, ha empeorado severamente en 2013.

En los resultados cabe sin embargo entrever matizaciones que no dejan de tener relevancia: las mejores puntuaciones relativas las alcanzan las respuestas sobre el papel de las políticas públicas en el apoyo a la transformación digital (3,9), a la diversidad de oferta y elección del usuario (3,5). La mala noticia es que todos esos parámetros empeoran su estimación (4,8 y 4,6 respectivamente en 2011).

Las peores valoraciones de las políticas públicas se refieren en cambio a las políticas públicas en su función de fomentar la innovación creativa (3,4), fortalecer el tejido industrial (3,4), respetar la autonomía de la cultura (3,4), estimular la sostenibilidad económica de la cultura (3,2), o defender la remuneración justa del autor (3,1), niveles que contrastan con un discurso oficial centrado prioritariamente en la economía.

2.6 La proyección exterior y la cooperación

[Puntuación: 3,5]

En una economía cada vez más globalizada, la posición y sostenibilidad de las culturas pasa cada vez más por su presencia internacional, tanto en términos de visibilidad e intercambios simbólicos como de ingresos exteriores. La proyección exterior de nuestra cultura tiene así dos caras difíciles de separar: la cooperación intercultural, basada en el estímulo al intercambio horizontal con otras culturas (y en la coproducción, co-distribución, etc.) y el fomento a la exportación, que muchas veces nace del primero. Estado y mercado se articulan así de forma intrincada, con sus respectivas perspectivas naturales a largo y a corto plazo. [Cuadro 9].

La proyección conjunta de nuestra cultura, en ambos sentidos consignados, consigue así un suspenso rotundo: un 3,5 con un retroceso de medio punto respecto al resultado de hace dos años. Pero pasa de ser la peor valorada entonces a situarse en la segunda posición, pese a que las 11 cuestiones planteadas en esta esfera suspenden.

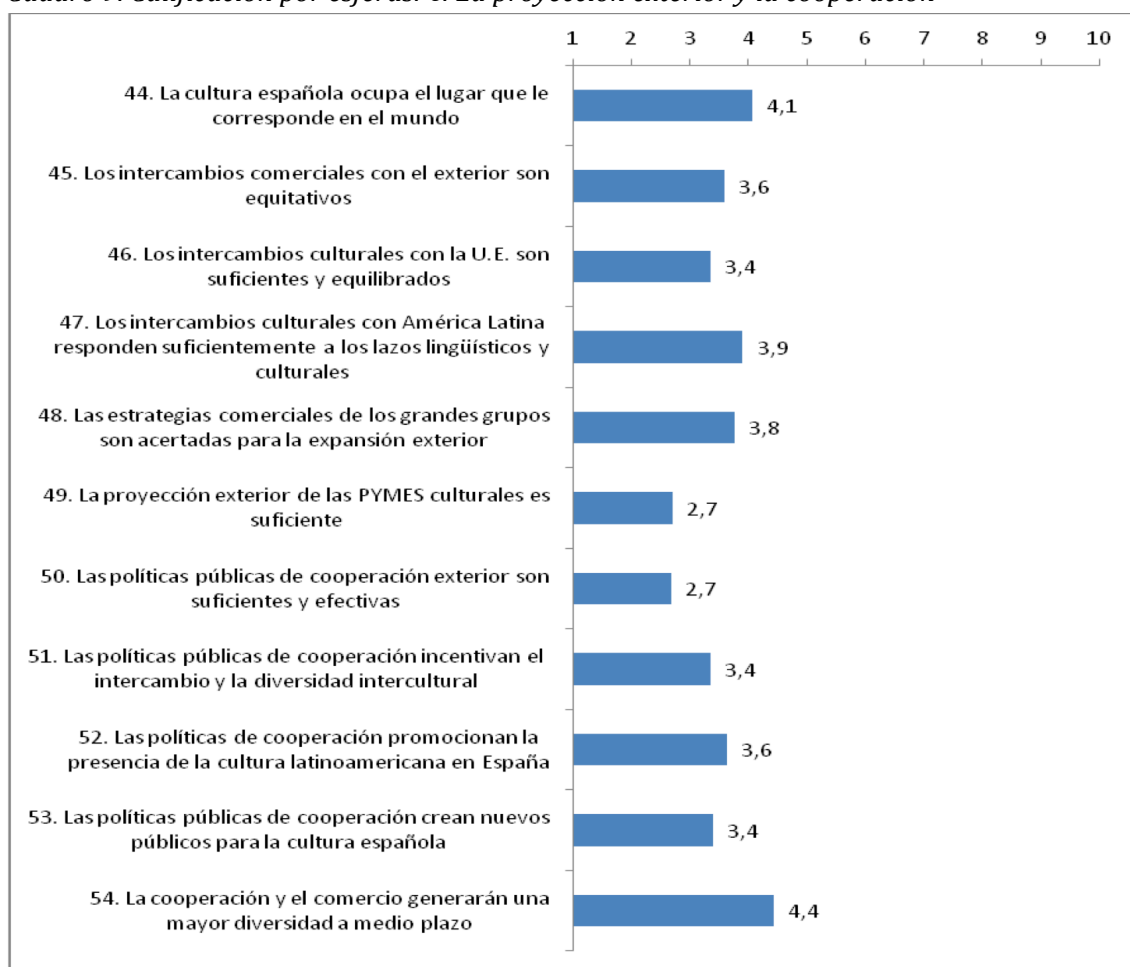
En un terreno en el que las líneas finas son importantes, puede matizarse que la apreciación general de que la cultura española ocupa el lugar que le corresponde

en el mundo consigue un 4,1, sin apenas deterioro. Y destaca la ilusión prospectiva, a medio plazo, de que la cooperación y el comercio generarán una mayor diversidad (4,4); Aunque las estimaciones se desploman en cuanto a la suficiencia de la proyección exterior de las PYMES (2,7).

Pero el acierto de las estrategias de los grandes grupos para la expansión exterior apenas alcanza 3,8, y la equidad de los intercambios comerciales con el exterior llega al 3,6. Mientras se desconfiaba ampliamente de que las políticas de cooperación incentiven la presencia de la cultura iberoamericana en España (3,6) o creen nuevos públicos (3,4).

Similares o peores aun son las estimaciones sobre la situación de los intercambios culturales con la U.E. que sólo merece un 3,4, y los mantenidos con América Latina mejoran levemente con un 3,9 (responden suficientemente a los lazos lingüísticos y culturales). Mientras que las políticas públicas de cooperación, ya valoradas de forma negativa en 2011, caen de nuevo en cuanto a incentivar la diversidad intercultural hasta un 3,4 (antes un 4,1), y en su suficiencia y efectividad hasta un 2,7 (desde el 3,6 de hace dos años).

Cuadro 9. Calificación por esferas: 6. La proyección exterior y la cooperación



3. La cultura vista por sectores

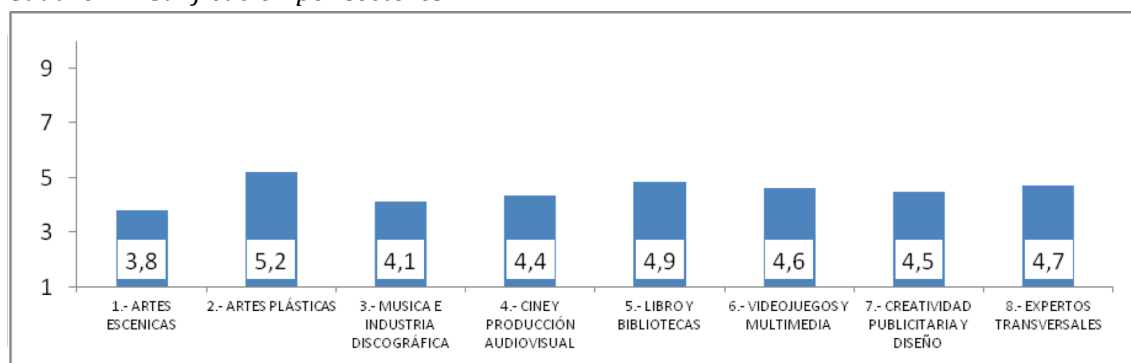
La percepción de los agentes culturales por sectores diferenciados es muy reveladora de la situación pero también del estado de ánimo reinante en cada sector. Como elementos condicionantes, no separables, estarían la resistencia de cada sector cultural ante la crisis, su grado de afectación por los cambios en las políticas públicas y por la propia crisis de modelos que lleva consigo la digitalización. [Cuadros 10 y 11].

Por su origen sectorial, destaca así que el único aprobado claro lo asignen los actores provenientes de las artes plásticas (5,2). Mientras que, con la excepción de libro, suspenden todos los demás.

Cuadro 10. Ranking por sectores

1º	ARTES PLÁSTICAS	5,2
2º	LIBRO Y BIBLIOTECAS	4,9
3º	VIDEOJUEGOS Y MULTIMEDIA	4,6
4º	CREATIVIDAD PUBLICITARIA Y DISEÑO	4,5
5º	CINE Y PRODUCCIÓN AUDIOVISUAL	4,4
6º	MÚSICA E INDUSTRIA DISCOGRÁFICA	4,1
7º	ARTES ESCÉNICAS	3,8

Cuadro 11. Calificación por sectores



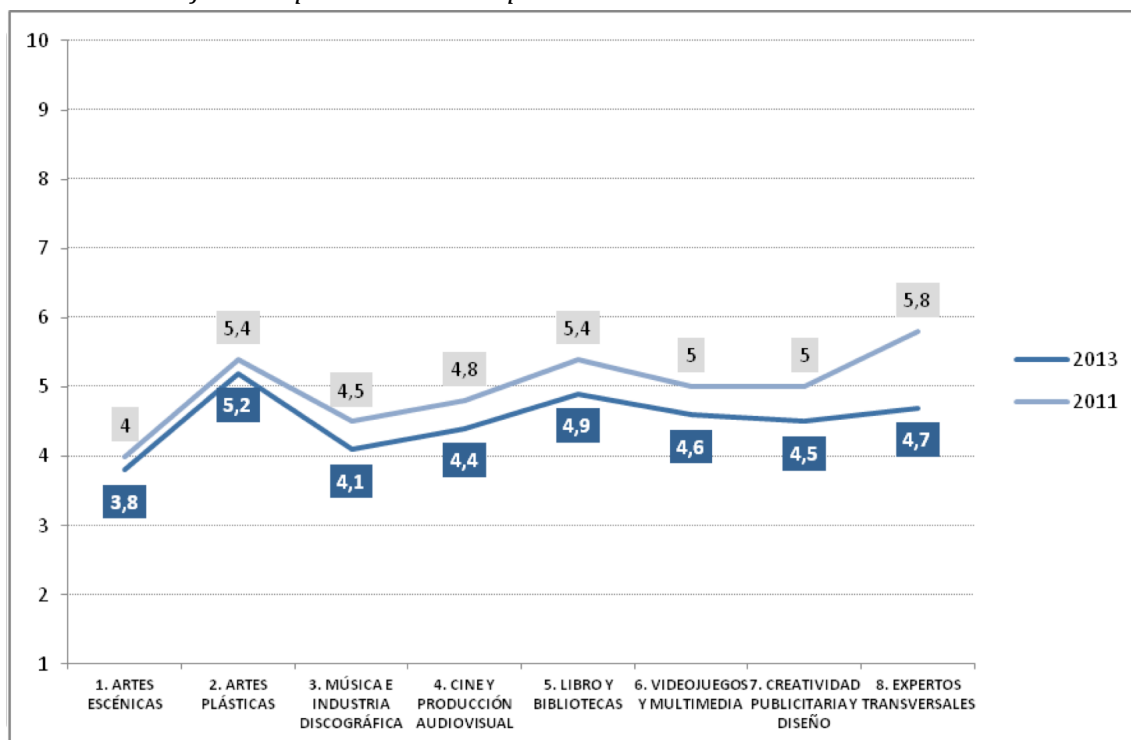
Comparación 2013 - 2011

La baja calificación otorgada de media a la cultura española por los agentes originarios en estos dos últimos sectores no parece coincidental ni caprichoso: la música e industria discográfica ya presentaba en 2011 la peor valoración sectorial, pero ahora pierde además 0,4 puntos (del 4,5 al 4,1), evidenciando el castigo que está recibiendo desde todos los ángulos; más pierde todavía en términos relativos el sector de las artes escénicas que desciende en 1,1 puntos (de 4,9 a 3,8), situándose en la cola del pesimismo, y mostrándose así como el sector más

penalizado al mismo tiempo por la crisis del consumo y por el tratamiento fiscal.

Por lo demás, todas las valoraciones sectoriales descienden moderadamente: las artes plásticas descienden sólo dos décimas, pero la música, el audiovisual y los videojuegos bajan 0,4 puntos, y la creatividad publicitaria y el diseño 0,6. Resulta significativo, por otra parte, que los expertos transversales, más dados al optimismo como muestran todas sus valoraciones, se dejen llevar por el pesimismo acumulando una caída de 1,1 puntos. [Cuadro 12].

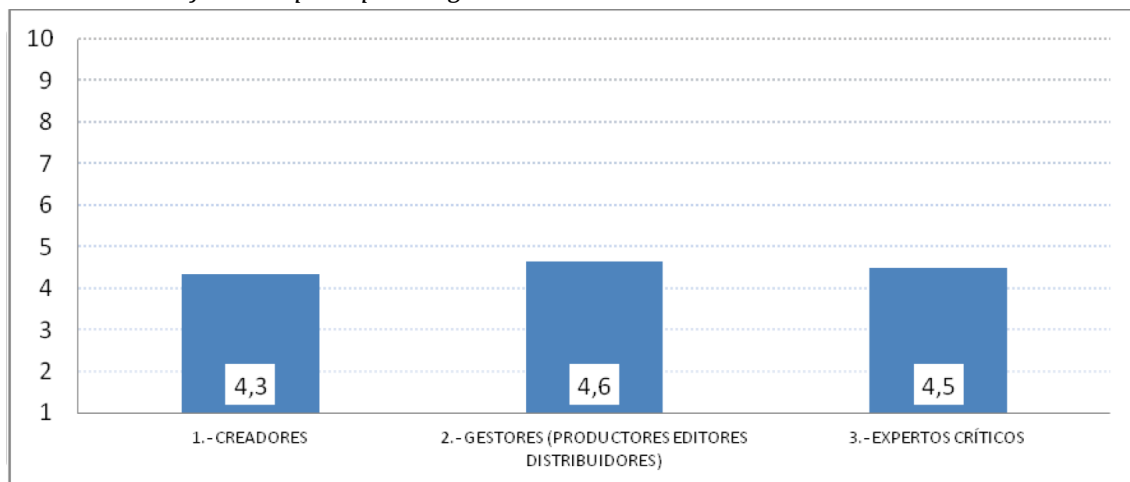
Cuadro 12. Calificación por sectores: comparativa 2013-2011



4. La Cultura vista por tipos de agentes

El papel profesional desempeñado en los procesos de producción no puede ser tampoco neutral ni ajeno a las opiniones y valoraciones vertidos por los actores culturales. Y no sólo por los diferentes intereses representados por cada uno de ellos, sino también por unas vivencias que forzosamente influyen en sus perspectivas. [Cuadro 13]

Cuadro 13. Calificación por tipo de agentes

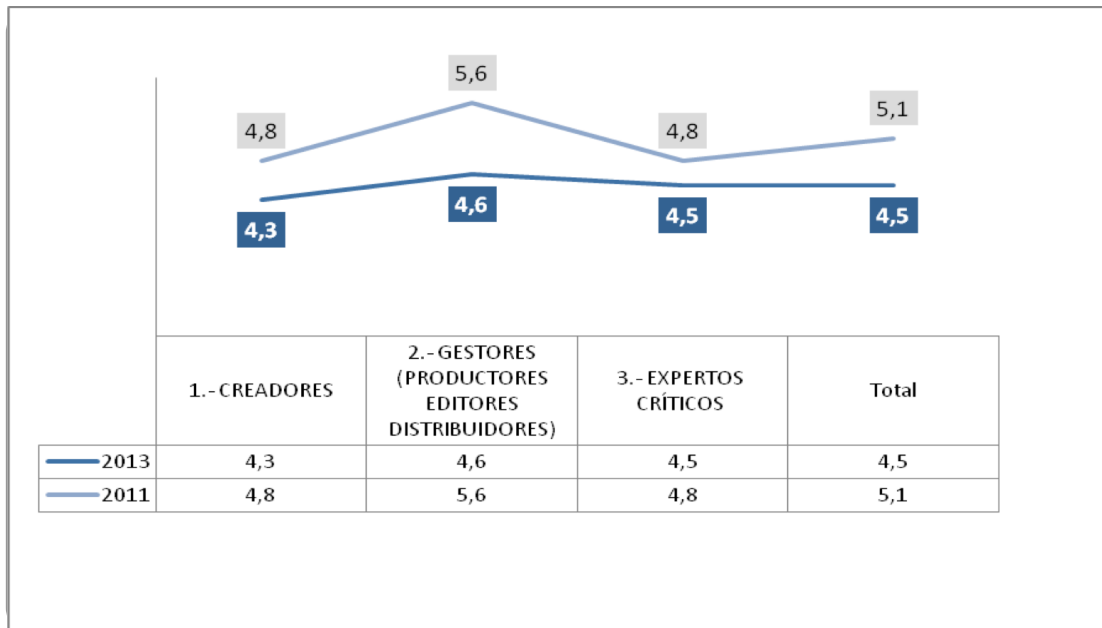


Las calificaciones de los gestores de la cultura (productores/editores y distribuidores) detentan de nuevo la visión más optimista sobre el estado de la cultura española, con un 4,6, cercano al aprobado, aunque sus calificaciones han perdido en dos años un punto completo, la caída más fuerte en términos relativos (5,6 en 2011).

Los expertos y críticos sectoriales, (excluidos los expertos transversales), mantienen una calificación intermedias en cuanto a su evaluación, con un 4,5, justamente en la media general. Una posición equidistante entre creadores y gestores que también ejercían en la encuesta de 2011, con un retroceso mínimo de 0,2 puntos respecto de 2011 (4,8).

En el otro extremo, los creadores ofrecen la perspectiva siempre menos optimista, con un 4,3, pero han disminuido su puntuación en 0,5 puntos (desde el 4,8 de 2011), lo que marca su acentuado pesimismo ante la situación de la cultura en todos sus segmentos. [Cuadro 14]

Cuadro 14. Calificación por tipo de agentes: comparativa 2013-2011



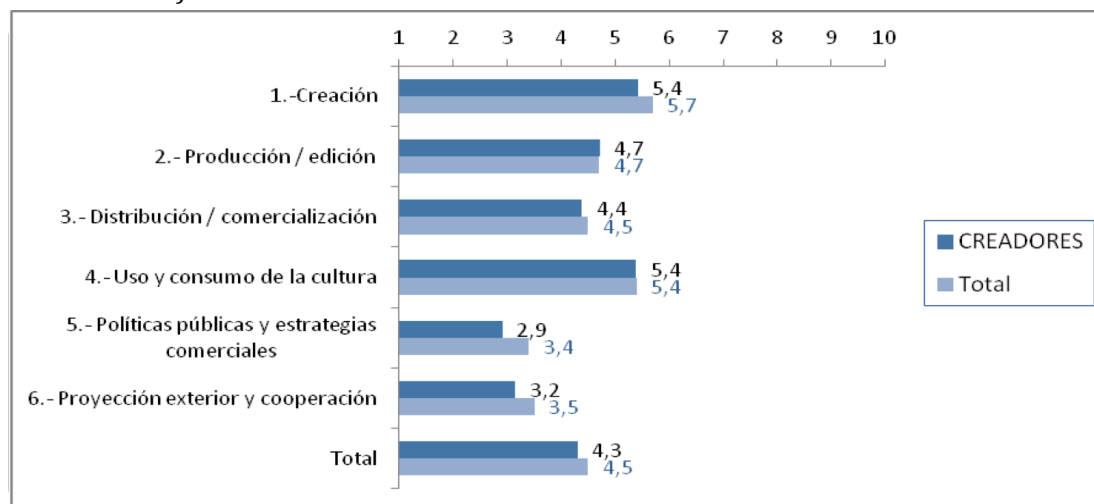
Creadores

[Puntuación: 4,3]

Los creadores encuestados de todos los sectores de actividad de la cultura (excluidos por tanto los expertos transversales) se caracterizan por valorar de forma más pesimista prácticamente todas las esferas de cuestiones: puntúan más negativamente que la media de encuestados los campos de la creación, de la distribución/comercialización y de la proyección exterior, con diferencias de varias décimas a la baja.

En cambio, coinciden o se acercan mucho más a las medias totales en la calificación de la edición, y del uso y consumo de la cultura. [Cuadro 15]

Cuadro 15. Calificación de los creadores

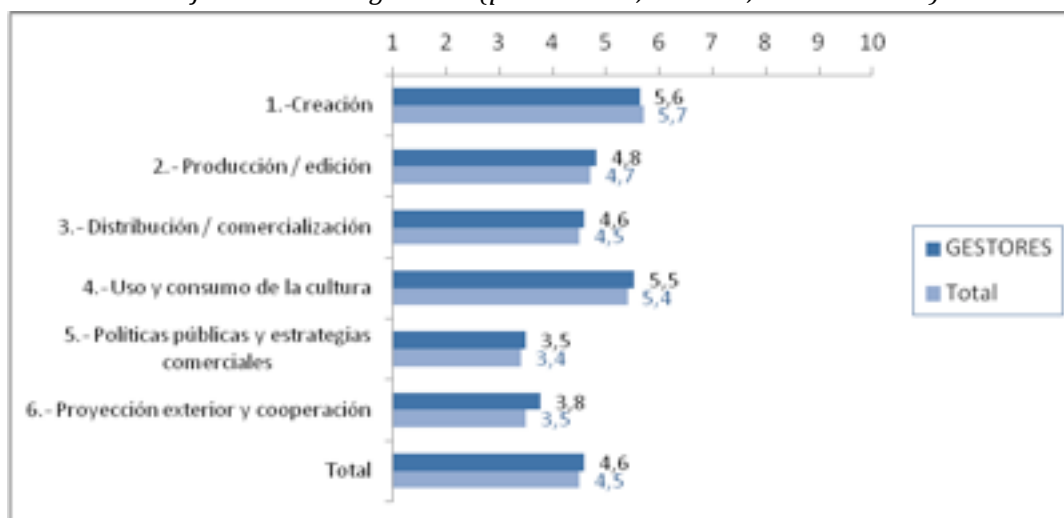


Gestores

[Puntuación: 4,6]

Las respuestas de los gestores (en edición/producción y distribución de la cultura) no dejan de ser significativas de sus posiciones, aunque presenten algunas paradojas interesantes: se acercan a las opiniones medias en cuanto al estado de la creación (una décima menos), o de la producción (una décima más) y el uso de la cultura (*idem*). Pero, en general, atribuyen algunas décimas de optimismo a la evaluación de todos los sectores de actividad, incluyendo las políticas públicas (cuatro décimas añadidas) y a la proyección exterior (tres décimas más). [Cuadro 16]

Cuadro 16. Calificación de los gestores (productores, editores, distribuidores)



Expertos / Críticos

[Puntuación: 4,5]

Los expertos académicos o profesionales, investigadores o críticos especializados en cada sector (por tanto excluyendo a lo que hemos denominado como “expertos transversales”) se mueven muy pegados a las medias totales de evaluación, en cuya calificación unitaria coinciden exactamente así como en la de la creación o el uso de la cultura; aunque con matices desfavorables para la producción/edición y para la distribución/comercialización (dos décimas menos en cada caso). Pero ven con un relativo mayor optimismo a las políticas públicas (cuatro décimas más) y, en menor medida la proyección exterior (una décima superior). [Cuadro 17]

Cuadro 17. Calificación de los expertos y los críticos



5. Observaciones abiertas

En nuestra encuesta de 2013, como en el de 2011, añadimos a un sondeo necesariamente rígido en términos de valoraciones para poder cuantificar las opiniones diversas y sus dispersiones ocasionales, una casilla abierta a las observaciones que cada encuestado deseara añadir, con una limitación de diez líneas para obligar a la síntesis. Pero mientras que hace dos años, se produjeron muy escasas observaciones personales de este tipo, en el sondeo de este año se han multiplicado las observaciones subjetivas, con comentarios que no dejan de tener interés a título de testimonios individuales pero representativos de estados de ánimo que en muchos casos pueden alcanzar valor colectivo. Una muestra más de que el mundo de la cultura demanda y exige una expresión de su voz propia que los actuales cauces institucionales no permiten sino en muy pequeña medida.

Hemos considerado pues interesante, sintetizar, en la medida de lo posible, estas opiniones que llegan a alcanzar valor de categoría sobre las mentalidades y los problemas de la cultura en nuestra época. Las observaciones personales afectan especialmente a cinco campos de especial sensibilidad actual, que nos permiten agruparlas y expresarlas sin necesidad de comentarios adicionales:

Las políticas públicas culturales

- *«España carece de un modelo de política cultural orientado al desarrollo del sistema. Por eso la situación es tan catastrófica. Y la gestión cultural está en manos de personas con escaso conocimiento y experiencia del territorio que ocupan».*
- *«La cultura está sufriendo duramente el impacto de la doble crisis económica y tecnológica. A ello se une la drástica disminución de ayudas públicas y el retraso de la aprobación de una Ley de Mecenazgo digna de tal nombre».*
- *«Toda la encuesta ha sido contestada en función de la cultura en 2013, las políticas públicas son importantísimas para el desarrollo de la diversidad cultural pero con este gobierno son inexistentes».*
- *«Es llamativo el contraste entre el desplome de las políticas culturales públicas y el canto retórico permanente a la creatividad, la innovación y los emprendedores. Sólo se puede entender esta paradoja recurriendo al cinismo de la política oficial española».*

- *«La política cultural actual va volver a dejar a España culturalmente como en los años 40».*

El tratamiento fiscal de la cultura y, en especial, el IVA

- *«El IVA de la Cultura es inaceptable. La agresión a la Cultura por parte de los gobiernos del PP es injustificable. La promoción exterior de la cultura española es inexistente».*
- *«El incremento del IVA lastra el desarrollo de la actividad cultural viva».*
- *“El tratamiento fiscal de las actividades y productos culturales (exceptuando libros impresos y habrá de verse hasta cuándo...) es, como poco, abusivo y no es ningún secreto que está en la base de la desafección ciudadana respecto al sector. Asimismo potencia la adquisición de los productos a través de canales no reglados o ilegales”.*
- *«El mecenazgo puede ser una alternativa a contemplar siempre que éste no condicione los contenidos, algo que difícilmente podrá controlarse».*
- *«Las elecciones públicas relacionadas con la cultura, pese a lo bien intencionadas que puedan estar, tienen un control excesivo en la producción. La reducción del IVA permitiría mayor cultura y que dependiesen de la demanda del público, y no del interés personal de un político en concreto».*

Las políticas de apoyo a la transición digital

- *«Es complejo tratar el impacto de la digitalización y su impacto en la cultura. De momento está siendo un desastre, pero si hubiera medidas inteligentes podría ser un beneficio. Es también evidente que estamos en uno de los momentos más bajos de ayuda institucional a la cultura y a las Pymes».*
- *«Ante una situación compleja no se toman medidas estimulantes sino desconcertantes».*
- *«El mundo de la cultura está viviendo la digitalización de una manera muy complicada, debido sobre todo a las políticas erráticas de los sucesivos gobiernos».*
- *«La tecnología también es cultura... Cuando entendamos lo que esto significa nos irá mucho mejor en el fomento de la cultura a través de la Red».*
- *«Las preguntas sobre las nuevas tecnologías responden a procesos culturales que pueden transmitirse por medios electrónicos (libros, música), pero se ha de potenciar la presencia del espectador para disfrutar de las artes escénicas, hecho que no puede y no debe ser sustituido por su visionado digital. Para estas artes*

(teatro, danza, circo), las redes sirven para publicitar, pero son del todo inadecuados para divulgar la creación en estos ámbitos».

- *«Es complejo tratar el impacto de la digitalización y su impacto en la cultura. De momento está siendo un desastre, pero si hubiera medidas inteligentes podría ser un beneficio. Es también evidente que estamos en uno de los momentos más bajos de ayuda institucional a la cultura y a las PYMES».*

La diversidad cultural actual

- *«La asignatura pendiente de la cultura española es la concertación de lo español con el resto de las culturas del Estado. Sin esta concertación las energías restan en vez de sumar y, en consecuencia, un tejido cultural vivo y consolidado es imposible. También, la autoestima imprescindible y la proyección exterior operativa. Las políticas del PP no hacen sino empeorar las posibilidades del concierto».*
- *«En estos momentos la cultura se mide por el impacto que dichas actividades tienen en el público. Se benefician los productos y actividades masivas frente a la creación independiente. Los medios que tienen potencial para hacer llegar a la gente nuevas alternativas se centran únicamente en productos masivos con características de calidad muy bajas».*
- *«La diversidad de los grandes grupos editoriales responde a criterios económicos, no literarios: por tanto, si los grandes editores publican libros de diversos géneros, signos ideológicos o religiosos, lenguas oficiales, etc., se debe a que sus departamentos comerciales les indican que serán fuente de beneficios, no por razones de calidad, objetividad o deseo de pluralidad».*

La remuneración del autor y la defensa de sus derechos:

- *«Es vital que se legisle activamente para que los que descargan contenido pirata puedan ser condenados».*
- *«Es necesario general una mayor conciencia de que el contenido cultural debe ser pagado... no se trata de hurtarle unos euros a las majors americanas... se trata de que la industria cultural sea viable sin anuncios».*
- *«El libro digital y la cultura del pirateo está haciéndole muchísimo daño a la industria editorial y a los autores en particular».*
- *«El actual Anteproyecto de PI no contribuye al desarrollo de la industria cultural ni al equilibrio entre los derechos de los titulares y el acceso de los ciudadanos a los contenidos culturales y de entretenimiento».*

Apéndices

Apéndice I. La muestra

Como reseñamos ya en la Introducción a este informe, la encuesta ha sido respondida por 96 agentes culturales, repartidos en proporciones iguales (12) para los siete sectores considerados más igual cantidad para los expertos transversales. A su vez, en cada uno de los sectores se establece una proporción igualitaria entre creadores, gestores y críticos o expertos (cuatro de cada categoría).

Alcanzar este número de respuestas, similar a la lograda en 2011, en esas proporciones precisas, representó un desafío considerable. Sobre la experiencia anterior, se amplió la base de datos de 250 hasta 304 agentes culturales, por lo que las respuestas completas conseguidas representan un 31,57 %, una tasa más reducida que la de 2011 (un 38,4 %), lo que puede indicar un incremento del desencanto sobre la situación de la cultura y/o sobre la capacidad de influencia de la expresión propia de sus agentes.

En el listado completo incluido en el Apéndice IV, puede verse la composición y profesiones de esa muestra, y su reparto entre agentes conocidos y otros muchos no tan notorios pero que representan bien la diversidad de situaciones y profesiones del mundo cultural español. Aunque reiterando la imposibilidad de prestar un sello de representatividad sobre un universo que comprende casi medio millón de personas empleadas, este amplio abanico de funciones y sectores da a los resultados una notable capacidad de test sobre el estado de ánimo y las opiniones de los agentes de nuestra cultura en sus principales sectores de actividad.

La exigencia de responder voluntariamente a una encuesta *on line* prolongada y necesariamente abstracta sobre situaciones y experiencias muy concretas, introduce indudablemente un sesgo en los resultados: son probablemente los agentes más concienciados sobre el valor de la cultura y de su juicio sobre ella, de entre la base de datos utilizada, quienes responden más activamente y nutren mayoritariamente los resultados.

En este contexto, las categorías sociodemográficas son difíciles de mantener en la muestra (en paralelo con roles y sectores) y mantienen sesgos que honestamente es preciso explicitar:

- Las mujeres apenas ocupan un 21,87 por ciento de la muestra, mientras que representaban un 41 por ciento de la base de datos inicial (objetivo especialmente perseguido en esta ocasión). Se confirma así un sesgo de

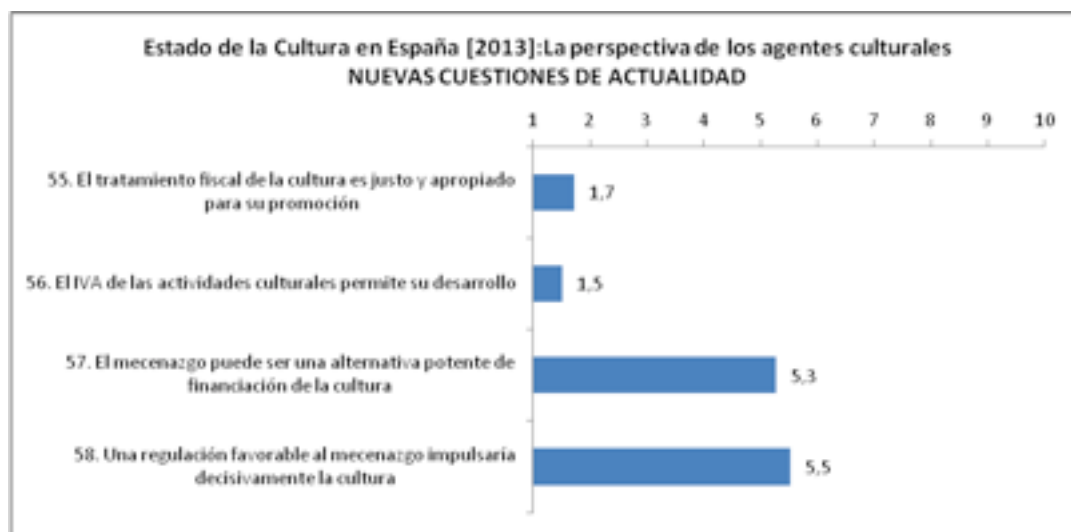
sexo en nuestros resultados que no hemos sabido o podido superar, por mucho que probablemente la realidad profesional de la cultura mantenga todavía desigualdades de este tipo, y cuya interpretación potencialmente múltiple dejamos al arbitrio del lector.

- Los encuestados por edad se agrupan fuertemente en los tramos de los nacidos en las décadas de los años cincuenta (33,3 por ciento) sesenta (21,9 por ciento) y setenta (22 por ciento). Puesto que sólo se preguntaba la década de nacimiento, puede concluirse que un tercio exacto cuenta ahora con entre 54 y 63 años, mientras que la mayoría (casi un 44 por ciento) se ubica entre los 44/53 años y los 34/43 años. Proporciones muy minoritarias están entre los 64/73 años (un 12,4 por ciento) y menos aun entre los 24/33 años (un 2,1 por ciento).
- La encuesta finalmente, ha sido realizada a través de las herramientas de “e-encuesta.com”, correspondiendo la tabulación e interpretación de resultados a la autoría de este informe.

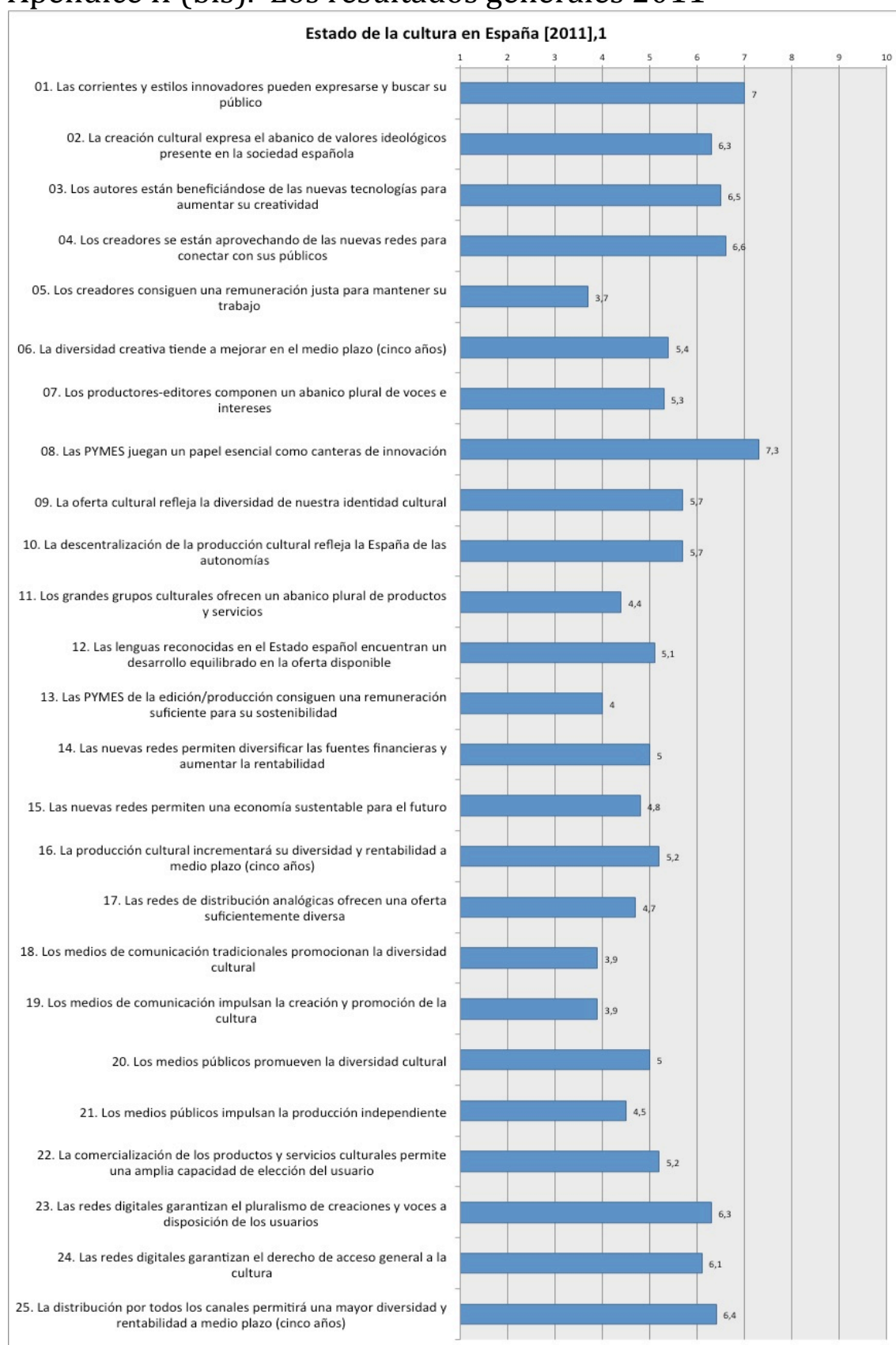
Apéndice II. Los resultados generales 2013

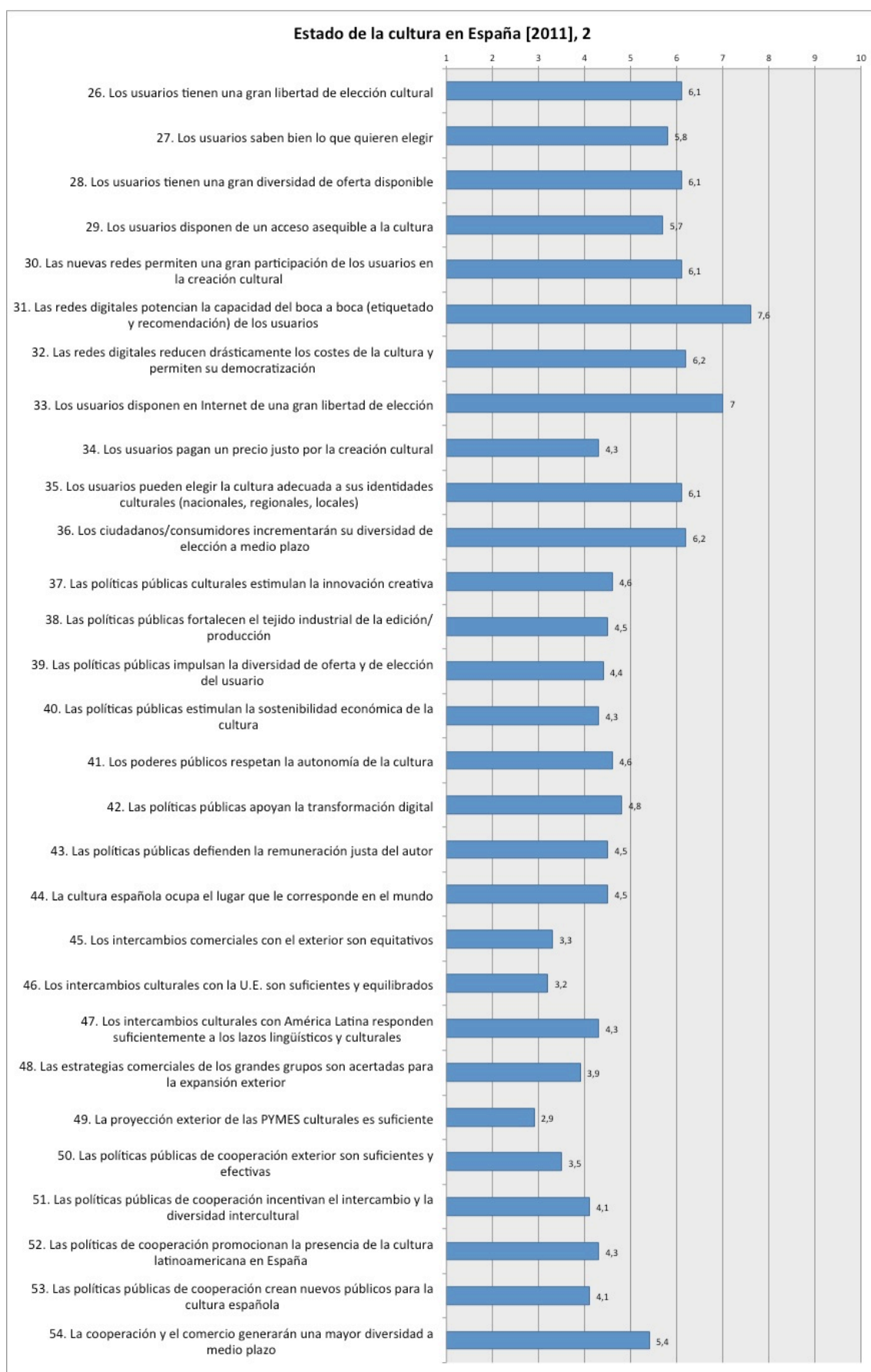






Apéndice II (bis). Los resultados generales 2011





Apéndice III.- Relación de expertos participantes en la encuesta 2013

D. Luis A. Albornoz	Profesor Universidad Carlos III
D. José M ^a Álvarez Monzoncillo	Catedrático Universidad Rey Juan Carlos
D. Eugenio Ampudia	Artista
D. Antonio M ^a Ávila Álvarez	Director ejecutivo Federación de Gremios de Editores de España (FGEE)
D. Juan Barja de Quiroga	Director Círculo de Bellas Artes. Escritor
D. Albert Boadella	Dramaturgo. Director artístico Teatros del Canal de Madrid y Teatro Auditorio San Lorenzo del Escorial
D. Fernando Bovaira	Productor audiovisual
D. Julián Bravo Navalpotro	Presidente Academia de la Publicidad
D. Enrique Bustamante Ramírez	Catedrático Universidad Complutense
Dña. Carmen Caffarel Serra	Catedrática Universidad Rey Juan Carlos. Ex Directora general RTVE. ExDirectora Instituto Cervantes
D. Juan Calvi	Profesor Universidad Rey Juan Carlos. Músico
D. Javier Celaya	Socio de Dosdoce.com
D. Borja Cobeaga Eguillor	Director de cine
D. Alberto Corazón Climent	Creador. Presidente I&G Estudio de Diseño/Investigación Gráfica
Dña. Inma Chacón	Escritora. Profesora Universidad Rey Juan Carlos
Dña. Susana de la Sierra Morón	Directora General Instituto de la Cinematografía y de las Artes Visuales. Ministerio de Educación Cultura y Deporte
Dña. Milagros del Corral	Consultora y escritora. Asesora Principal de Organismos Internacionales
D. Agustín Díaz Yanes	Director de cine. Ex Presidente Asociación Autores Literarios de Medios Audiovisuales (ALMA)
D. Raúl Eguizábal Maza	Catedrático Universidad Complutense
D. Xaime Fandiño Alonso	Profesor Universidad de Vigo. Músico
D. Jorge Fernández León	Director de programas. ExViceconsejero de Promoción Cultural. Gobierno del Principado de Asturias
D. David Fernández Quijada	Profesor Universitat Autònoma de Barcelona
Dña. Emelina Fernández Soriano	Presidenta Consejo Audiovisual de Andalucía
D. Alberto Fernández Torres	Director de comunicación. Experto en socioeconomía del Teatro
D. Alberto Fesser	Socio La Fábrica
D. Héctor Fouce	Músico. Profesor Universidad Complutense
D. Miquel Francés i Domènec	Director Taller de Audiovisuales. Universidad de Valencia
D. Antonio Fumero	Socio Fundador WinWin Consultores. IT Consultant Talentbrokers
D. Francisco Galindo Villoria	Secretario general Sociedad General de Autores y Editores (SGAE)
D. Marcos García	Gestor cultural Medialab-Prado
D. Nicolás García	Productor ejecutivo Catorce Comunicación
Dña. M ^a Trinidad García Leiva	Profesora Universidad Carlos III
D. Eduardo García Matilla	Experto en medios audiovisuales. Consejero de la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC)
D. Emilio Gil Cerracín	Director de proyectos TAU Diseño
D. Antonio Gómez Rufo	Escritor. Vicepresidente Asociación Colegial de Escritores de España (ACE)
D. Rafael González Alvarado	Artista Plástico
D. Francisco González Fernández	Director del sitio www.adfphoto.com -Asociación para la Difusión de la Fotografía

Dña. M ^a Elena Lafuente Molinero	Responsable Comunicación y Relaciones Externas e Institucionales Entidad de Gestión de Derechos de Productores Audiovisuales (EGEDA)
D. Stéphane M. Grueso	Director y productor de documentales y no ficción
D. Eduardo Guillot Hevia	Periodista
D. Rubén Gutiérrez	Director Investigación y Desarrollo
D. Juan Antonio Hormigón Blánquez	Secretario General Asociación de Directores de Escena de España (ADETEATRO)
D. Bernardo Jaramillo Hoyos	Subdirector Centro Regional para el Fomento del Libro en América Latina y el Caribe (CERLAC). Asesor UNESCO
Dña. Antonia Kerrigan	Fundadora y Directora agencia literaria Antonia Kerrigan
Dña. María Lamuedra Graván	Investigadora Ramón y Cajal
Dña. Margarita Ledo Andión	Catedrática Universidade Santiago de Compostela
D. Donald B. Lehn	Director Escuela de Circo Carampa
Dña. María Teresa Lizaranzu Perinat	Directora general Política e Industrias Culturales y del Libro. Ministerio de Educación Cultura y Deporte
D. José Miguel López Ruiz	Director Discopolis-Radio 3 (RNE)
Dña. Paloma Llaneza	Socia RazonaLegalTech
D. Francisco Llorca Zabala	Librero
D. Eduardo Madinaveitia Foronda	Director general técnico Zenith
Dña. Judith Martín Prieto	Periodista y guionista
D. Alfons Martinell	Director Cátedra Unesco Universidad de Girona
D. Daniel Martínez de Obregón	Presidente Federación Estatal de Asociaciones de Empresas de Teatro y Danza (FAETEDA)
Dña. Yolanda Marugán	Directora Enminúscula
D. Sergio Mejías	Director Bubok
D. Andrés Mérida Guzmán	Artista Plástico
Dña. Francesca Mingueuella Rubió	Presidenta Arts Partners (pARTnerS) España
D. Eduard Miralles Ventimilla	Asesor Relaciones Culturales
D. Fernando Montañés García	Periodista. Profesor Universidad Autónoma Madrid
D. Enrique Morales Corral	Investigador cultural Universidad Complutense
Dña. Adriana Moscoso del Prado Hernández	Abogada
D. Robert Muro Abad	Director ELMURO y Socio Director ASIMÉTRICA
D. Carlos Navia Atienza	Director de contenidos ONO
D. Pablo Nolla	Productor Spanda Produce. Presidente Asociación de Productoras de Cine Publicitario (APCP)
Dña. Charo Otegui Pascual	Profesora Universidad Complutense
D. Marcos Ottone	Director General Producciones Yllana
D. Manuel Palacio Arranz	Catedrático Universidad Carlos III

D. Santos Palazzi	Director área <i>Mass market</i> y <i>Cultural</i> Grupo Planeta
Dña. Carmen Pallarés Barquero	Artista. Crítica de arte
D. Jordi Pardo	Consultor Internacional. Director general Laboratorio de Cultura y Turismo Barcelona Media-Centro de Innovación
D. Francisco Pascual González	Promotor Musical Independiente
D. Carlos Peinado Gil	Junta Directiva Asociación de Autores de Cómic (AAE). Profesor
D. Alejandro Perales	Presidente Asociación de Usuarios de la Comunicación (AUC)
D. Eduardo Pérez Rasilla	Profesor Universidad Carlos III. Crítico. Director artístico de Madferia
D. Jesús Prieto de Pedro	Director general Bellas Artes y Bienes Culturales y de Archivos y Bibliotecas. Ministerio de Educación Cultura y Deporte. Catedrático Universidad Carlos III
D. Josep Ramoneda	Director La Maleta de Portbou
Dña. Carmen Rivas Ávilas	Periodista
D. Pere Roca	Productor ejecutivo Focus Audiovisual y Director Máster Europeo de Gestión Audiovisual MBS
D. Joan Roig Prats	Fotógrafo. Presidente Asociación Fotógrafos Profesionales de España (AFPE)
D. Alex Ruiz Pastor	Director teatral
D. Ángel Sala	Director festival de cine Sitges
Dña. Sara Sama Acedo	Profesora UNED
D. David Sanfelipe Rodríguez	Realizador Cocoe Studios
D. Antonio Saura Medrano	Director General Zampa Audiovisual
D. Carlos Sendín Carretero	Diseñador
D. Aitor Tejada Maiztegui	Productor Kamikaze Producciones
D. David Torrejón Lechón	Director editorial Revista Anuncios. Escritor
D. David Trueba	Cineasta y Escritor
D. Vicente Verdú Macía	Periodista y Escritor
D. Antonio Vidal	Editor contenidos digitales Conoceralautor.com
D. Manuel Vieites García	Investigador, profesor y crítico teatral
Dña. Magdalena Vinent	Directora general Centro Español de Derechos Reprográficos (CEDRO)
D. Ramón Zallo Elguezabal	Catedrático Universidad País Vasco
D. Francisco Zamora Baño	Presidente Asociación Española de Gestores de Patrimonio Cultural (AEGPC)

Apéndice III. Carta y Cuestionario

..... Carta
[2013]

Estimado/a amigo/a:

El Observatorio de Cultura y Comunicación de la Fundación Alternativas está preparando una nueva fase de la Encuesta sobre el estado de conciencia de los agentes culturales españoles, que se publicará próximamente. Creemos que ante la crisis múltiple que sufre la cultura española en prácticamente todos sus sectores y actividades, es necesario que se oiga la voz de los agentes culturales, la expresión de sus opiniones y sus propuestas.

La primera Encuesta fue incluida en el **“Informe sobre la Cultura Española y su proyección global [ICE 2011]”**, que dirigido por el profesor Enrique Bustamante (catedrático de la Universidad Complutense) y editado por Marcial Pons/Fundación Alternativas, fue publicado a finales de 2011 y tuvo una gran repercusión tanto en medios de comunicación tradicionales como en Internet (puede verlo en PDF en: <http://www.falternativas.org/la-fundacion/documentos/libros-e-informes/informe-sobre-la-cultura-espanola-y-su-proyeccion-global-2011>).

Se culminaba así una trayectoria de más de diez años, en los que la Fundación Alternativas ha venido encargando y publicando numerosos informes sobre las actividades y las políticas culturales en nuestro país y en el contexto internacional (ver fundacionalternativas.org), que no han cesado hasta ahora. El Foro de Industrias Culturales, organizado el pasado 12 de Noviembre en el Reina Sofía, conjuntamente con la Fundación Santillana, ha sido la más reciente manifestación de nuestro interés por la cultura.

Esta nueva encuesta entre más de un centenar de agentes y expertos de la cultura en España, busca reflejar las valoraciones sobre su estado actual y los escenarios de su desarrollo, permitiendo su comparación con las opiniones sintetizadas en 2011, y añadiendo preguntas específicas sobre los acontecimientos recientes, como la subida del IVA en buena parte de las actividades culturales. La muestra ha sido elegida de forma equilibrada entre agentes culturales destacados de todos los sectores, procurando asimismo su distribución armónica entre creadores, productores/editores/gestores y expertos académicos/críticos de cada sector.

Habiendo seleccionado su nombre por su notable papel en el campo cultural, nos permitimos rogarle encarecidamente que responda a este cuestionario que puede encontrar al final de este mensaje. Dado que el cuestionario está automatizado, no le llevará mucho tiempo cumplimentar esta encuesta, cuyos resultados debemos tener en nuestro poder antes de diez días para proceder a su tabulación.

Los resultados de este muestreo de opiniones serán sintetizados en términos cuantitativos globales y por sectores y agentes, matizadamente en relación a sus rasgos profesionales. Nuestro proyecto es mantener en sucesivas ediciones el listado de encuestados que respondan, con el valor añadido de evaluar la evolución de sus opiniones en años próximos.

Todas las preguntas del cuestionario están referidas a la cultura española, salvo mención expresa a su proyección exterior. Su valoración debe hacerse en una escala que va de 0 (desacuerdo absoluto) a 10 (aceptación total). El cuestionario es común a todas las actividades culturales, aunque se entiende que se responde desde su experiencia específica concreta.

Las respuestas a este cuestionario son completamente anónimas y sólo quedarán reflejadas en los resultados generales. Una vez tabulados los datos generales, las identificaciones individuales serán destruidas.

El listado de personas encuestadas aparecerá reseñado en nuestra publicación como obligada garantía de la fiabilidad y representatividad de la encuesta. Junto a cada nombre aparecerá el rol profesional que cada encuestado haya insertado en el cuestionario final.

Todos los encuestados que lo deseen, recibirán, a su edición, un ejemplar gratuito del Informe sobre la encuesta y su comparación con los resultados de 2011.

Con mi agradecimiento, reciba un cordial saludo:

Patricia Corredor Lanas

Responsable del Equipo de Investigación [Universidad Rey Juan Carlos /
Observatorio de Cultura y Comunicación]

P.D.: En caso de no poder realizar esta encuesta, le agradeceríamos mucho que nos lo comunicara al email remitente, para poder sustituirle a tiempo.

.....Cuestionario [2013]

❶ La creación:

- 01. Las corrientes y estilos innovadores pueden expresarse y buscar su público
- 02. La creación cultural expresa el abanico de valores ideológicos presente en la sociedad española
- 03. Los autores están beneficiándose de las nuevas tecnologías para aumentar su creatividad
- 04. Los creadores se están aprovechando de las nuevas redes para conectar con sus públicos
- 05. Los creadores consiguen una remuneración justa para mantener su trabajo
- 06. La diversidad creativa tiende a mejorar en el medio plazo (cinco años)

❷ La producción/edición:

- 07. Los productores-editores componen un abanico plural de voces e intereses
- 08. Las PYMES juegan un papel esencial como canteras de innovación
- 09. La oferta cultural refleja la diversidad de nuestra identidad cultural
- 10. La descentralización de la producción cultural refleja la España de las autonomías
- 11. Los grandes grupos culturales ofrecen un abanico plural de productos y servicios
- 12. Las lenguas reconocidas en el Estado español encuentran un desarrollo equilibrado en la oferta disponible
- 13. Las PYMES de la edición/producción consiguen una remuneración suficiente para su sostenibilidad
- 14. Las nuevas redes permiten diversificar las fuentes financieras y aumentar la rentabilidad
- 15. Las nuevas redes permiten una economía sustentable para el futuro
- 16. La producción cultural incrementará su diversidad y rentabilidad a medio plazo (cinco años)

❸ La distribución/comercialización:

- 17. Las redes de distribución analógicas ofrecen una oferta suficientemente diversa
- 18. Los medios de comunicación tradicionales promocionan la diversidad cultural
- 19. Los medios de comunicación impulsan la creación y promoción de la cultura
- 20. Los medios públicos promueven la diversidad cultural
- 21. Los medios públicos impulsan la producción independiente
- 22. La comercialización de los productos y servicios culturales permite una amplia capacidad de elección del usuario
- 23. Las redes digitales garantizan el pluralismo de creaciones y voces a disposición de los usuarios
- 24. Las redes digitales garantizan el derecho de acceso general a la cultura

25. La distribución por todos los canales permitirá una mayor diversidad y rentabilidad a medio plazo (cinco años)

4 El uso y consumo de la cultura:

- 26. Los usuarios tienen una gran libertad de elección cultural
- 27. Los usuarios saben bien lo que quieren elegir
- 28. Los usuarios tienen una gran diversidad de oferta disponible
- 29. Los usuarios disponen de un acceso asequible a la cultura
- 30. Las nuevas redes permiten una gran participación de los usuarios en la creación cultural
- 31. Las redes digitales potencian la capacidad del boca a boca (etiquetado y recomendación) de los usuarios
- 32. Las redes digitales reducen drásticamente los costes de la cultura y permiten su democratización
- 33. Los usuarios disponen en Internet de una gran libertad de elección
- 34. Los usuarios pagan un precio justo por la creación cultural
- 35. Los usuarios pueden elegir la cultura adecuada a sus identidades culturales (nacionales, regionales, locales)
- 36. Los ciudadanos/consumidores incrementarán su diversidad de elección a medio plazo

5 Las políticas públicas y las estrategias comerciales:

- 37. Las políticas públicas culturales estimulan la innovación creativa
- 38. Las políticas públicas fortalecen el tejido industrial de la edición/producción
- 39. Las políticas públicas impulsan la diversidad de oferta y de elección del usuario
- 40. Las políticas públicas estimulan la sostenibilidad económica de la cultura
- 41. Los poderes públicos respetan la autonomía de la cultura
- 42. Las políticas públicas apoyan la transformación digital
- 43. Las políticas públicas defienden la remuneración justa del autor

6 La proyección exterior y la cooperación:

- 44. La cultura española ocupa el lugar que le corresponde en el mundo
- 45. Los intercambios comerciales con el exterior son equitativos
- 46. Los intercambios culturales con la U.E. son suficientes y equilibrados
- 47. Los intercambios culturales con América Latina responden suficientemente a los lazos lingüísticos y culturales
- 48. Las estrategias comerciales de los grandes grupos son acertadas para la expansión exterior
- 49. La proyección exterior de las PYMES culturales es suficiente
- 50. Las políticas públicas de cooperación exterior son suficientes y efectivas
- 51. Las políticas públicas de cooperación incentivan el intercambio y la diversidad intercultural
- 52. Las políticas de cooperación promocionan la presencia de la cultura latinoamericana en España

53. Las políticas públicas de cooperación crean nuevos públicos para la cultura española
54. La cooperación y el comercio generarán una mayor diversidad a medio plazo

⑦ Anexo: Cuestiones de actualidad:

55. El tratamiento fiscal de la cultura es justo y apropiado para su promoción
56. El IVA de las actividades culturales permite su desarrollo
56. El mecenazgo puede ser una alternativa potente de financiación de la cultura
57. Una regulación favorable al mecenazgo impulsaría decisivamente la cultura

⑧ Observaciones abiertas:

Si desea añadir algún comentario libre, especialmente en relación al Anexo de actualidad, puede hacerlo en este apartado (máximo 10 líneas)

⑨ Cuestionario general:

- Nombre:
- Cargo profesional:
- Sexo: Hombre/Mujer
- Década de nacimiento:
- CC.AA. de residencia:

Obsequio: Si desea recibir un ejemplar del *paper* sobre la Encuesta y del Informe posterior completo tras su edición, rellene por favor el apartado correspondiente a su dirección postal.