

OBSERVATORIO DE LA CULTURA

Segundo semestre 2013

Análisis de resultados



FUNDACIÓN CONTEMPORÁNEA

EL OBSERVATORIO DE LA CULTURA DE LA FUNDACIÓN CONTEMPORÁNEA

La **Fundación Contemporánea** presenta los resultados de la novena consulta semestral de su Observatorio de la Cultura, correspondiente al segundo semestre de 2013.

La Fundación Contemporánea tiene por misión contribuir al desarrollo profesional del sector cultural en España. En este sentido, su primera iniciativa en 2009 fue poner en marcha el **Observatorio de la Cultura**, un instrumento para tomar el pulso a algunas de las cuestiones que más puedan interesar al sector en cada momento, creando unos indicadores para analizar tendencias, promoviendo el debate e identificando carencias y oportunidades de actuación.

Para ello, el Observatorio de la Cultura lleva a cabo una **Consulta** semestral, que pulsa el estado de la cuestión a través de un **Panel de Expertos** formado por **profesionales** de primer nivel de nuestra cultura: escritores, artistas, directores y actores, músicos, arquitectos y creadores de todos los campos; responsables de fundaciones, directores de museos, centros e instituciones culturales; editores, productores, promotores, galeristas y responsables de industrias culturales; comisarios de exposiciones, gestores culturales y profesionales del sector, así como responsables de áreas e instituciones culturales de la administración pública central, autonómica y municipal.

Esta novena consulta del Observatorio de la Cultura ha sido respondida por ciento doce miembros del Panel, entre los meses de noviembre de 2013 y enero de 2014. El cuestionario que se les ha remitido está dividido en dos secciones. La primera, el **Barómetro**, de carácter anual, pretende elaborar una serie de indicadores constantes, para asegurar la valoración de las diferentes áreas de la cultura, de la actividad cultural de las comunidades autónomas y ciudades más destacadas y las instituciones y acontecimientos culturales más destacados del año.

La segunda parte, de carácter variable, se dedica en esta ocasión a analizar posibles estrategias y líneas de acción para fomentar la colaboración entre los sectores público y privado en la promoción de la cultura.

1. LA SITUACIÓN DE LA CULTURA EN ESPAÑA

BARÓMETRO ANUAL

El Panel ha valorado por quinto año tanto la **calidad** como la **innovación** de la programación cultural de las diferentes **comunidades autónomas** y **ciudades** de España, siendo en general las valoraciones **inferiores** a las de un año antes.

COMUNIDADES AUTÓNOMAS

CALIDAD: Madrid (91 por ciento), **Cataluña** (79 por ciento) y el **País Vasco** (63 por ciento) vuelven a ser las Comunidades más destacadas por la **calidad** de su programación cultural aunque todas con una valoración menor. En un segundo bloque, **Andalucía** (baja de 41 a 25), **Castilla y León** (14) y la **Comunidad Valenciana** (baja de 23 a 10). **Galicia** también sufre un importante descenso, de 17 a 9.

RANKING CALIDAD		<u>2013</u>	<u>2012</u>	<u>2011</u>	<u>2010</u>	<u>2009</u>
1.	Madrid	91	95	88	82	85
2.	Cataluña	79	86	73	72	79
3.	País Vasco	63	78	68	48	46
4.	Andalucía	25	41	23	29	29
5.	Castilla y León	14	13	12	12	14
6.	Comunidad Valenciana	10	23	24	29	29
7.	Galicia	9	17	20	9	8
8.	Asturias	8	6	12	10	12
	Murcia	8	4	6	4	7
10.	Cantabria	6	2	7	6	4
11.	Aragón	5	5	6	7	2
	Extremadura	5	2	5	6	3
13.	Navarra	4	5	5	6	1
	Canarias	4	1	1	2	4
15.	Baleares	1	3	4	4	3
	La Rioja	1	1	1	5	1
	Ceuta	1	0	0	0	0
	Melilla	1	0	0	0	0
19.	Castilla La Mancha	0	2	4	2	1

INNOVACIÓN: Respecto a la innovación en su oferta cultural, **Madrid** (78 por ciento) encabeza por primera vez el ranking adelantando a **Cataluña** (71 por ciento), que experimenta un retroceso significativo, al igual que el **País Vasco** (de 65 a 46), que se mantiene en tercera posición.

En un segundo bloque se mantiene **Andalucía** y a continuación se incorpora **Asturias** con una recuperación significativa (de 6 a 12), y **Galicia**. La **Comunidad Valenciana** baja (de 18 a 9).

RANKING INNOVACIÓN		2013	2012	2011	2010	2009
1.	Madrid	78	80	76	60	67
2.	Cataluña	71	81	78	77	73
3.	País Vasco	46	65	53	45	42
4.	Andalucía	21	19	14	27	23
5.	Asturias	12	6	11	24	20
6.	Galicia	10	13	10	10	12
7.	Comunidad Valenciana	9	18	24	26	28
8.	Castilla y León	8	8	8	12	16
9.	Murcia	4	8	13	19	13
	Aragón	4	4	3	7	3
	Extremadura	4	2	6	3	3
12.	Navarra	3	4	9	6	1
13.	La Rioja	1	4	1	2	0
	Baleares	1	3	2	2	3
	Canarias	1	0	1	2	2
16.	Cantabria	0	4	4	3	1
	Castilla La Mancha	0	1	3	4	2
	Melilla	0	0	0	1	1
	Ceuta	0	0	0	0	0

CIUDADES

CALIDAD: A la hora de valorar las **ciudades** españolas por la **calidad** de su oferta cultural, **Madrid** (92), **Barcelona** (89) y **Bilbao** (68), siguen destacando claramente frente al resto. En un segundo bloque destaca el ascenso de **Málaga** del décimo al cuarto puesto (de 9 a 21), seguida de **San Sebastián**, **Sevilla** (baja de 33 a 15) y **Valencia** (de 29 a 15).

Vuelven a la lista de las 20 primeras **A Coruña** y **Palma de Mallorca**, mientras salen **León** y **Huesca**.

RANKING CALIDAD		2013	2012	2011	2010	2009
1.	Madrid	92	98	87	87	86
2.	Barcelona	89	92	80	82	90
3.	Bilbao	68	66	44	51	46
4.	Málaga	21	9	9	9	3
5.	San Sebastián	19	18	20	23	14
6.	Sevilla	15	33	26	33	28
	Valencia	15	29	27	42	41
8.	Valladolid	9	12	9	8	5
	Zaragoza	9	10	10	7	2
10.	Granada	8	12	2	6	2
11.	Santiago de Compostela	7	4	11	9	6
	Santander	7	3	5	8	4
13.	Gijón	6	5	5	7	7
14.	Murcia	5	5	9	8	7
	A Coruña	5	3	5	3	2
	Palma de Mallorca	5	2	5	5	4
17.	Gerona	4	9	5	6	2
	Córdoba	4	4	2	6	0
19.	Vitoria	3	9	5	4	3
	Oviedo	3	5	5	8	2

INNOVACIÓN: Respecto a la **innovaci3n**, de nuevo destacan **Madrid** (85) y **Barcelona** (84) seguidas a distancia por **Bilbao** (44). En un siguiente nivel, destacan los ascensos de **San Sebasti3n** (de 11 a 22, sube 2 puestos) y **M3laga** (sube del puesto 12 al 5), seguidas por **Valencia** (baja de 26 a 12, pierde dos puestos) y **Zaragoza** (10). **Sevilla** sufre tambi3n un importante descenso (de 21 a 9, pierde 3 puestos). **C3ceres** y **Pamplona** vuelven a la lista de las 20 primeras ciudades, a la que se incorpora tambi3n **Palma de Mallorca** y sale **Huesca**.

RANKING INNOVACI3N	2013	2012	2011	2010	2009
1. Madrid	85	86	72	69	77
2. Barcelona	84	84	76	72	77
3. Bilbao	44	55	38	32	29
4. San Sebasti3n	22	11	10	14	9
5. M3laga	15	6	8	6	1
6. Valencia	12	26	25	24	30
7. Zaragoza	10	9	5	5	5
8. Sevilla	9	21	10	17	17
Gerona	9	8	8	9	1
10. Gij3	7	6	8	18	17
Santiago de Compostela	7	4	7	2	7
12. Murcia	6	11	15	25	11
Vitoria	6	10	6	4	1
14. Valladolid	6	7	3	3	0
Granada	6	5	2	4	4
Santander	6	3	1	3	1
C3ceres	6	1	5	5	0
18. Pamplona	4	6	2	4	1
Le3	4	4	5	10	10
Palma de Mallorca	4	2	2	2	2

LOS CAMPOS DE LA CULTURA

MOMENTO ACTUAL DE CREACIÓN. A la hora de valorar el **momento actual de creación**, todas las ramas de la cultura planteadas superan el aprobado, con una valoración global de 6.1 puntos, muy similar a la de años anteriores. Destacan por este orden la **gastronomía**, la **literatura**, la **fotografía**, el **diseño**, la **moda**, el **teatro** y las **artes plásticas** con una valoración superior o igual a la media. Por debajo, **video arte** (recibe una valoración sensiblemente mejor), **arquitectura** (desciende sensiblemente), **danza**, **música clásica y contemporánea**, **cine** y **música popular**.

MOMENTO ACTUAL DE LA CREACIÓN	2013	2012	2011	2010	2009
1. Gastronomía	7.8	7.8	7.9	7.9	8.1
2. Literatura	6.8	6.6	7.0	6.7	6.8
3. Fotografía	6.6	6.3	6.7	6.6	6.6
4. Diseño	6.3	6.5	6.8	6.8	6.8
5. Moda	6.2	6.3	6.4	6.1	6.2
6. Teatro	6.1	6.3	6.2	6.0	6.0
7. Artes plásticas	6.1	6.1	6.3	6.2	6.4
8. Video arte	6.0	5.4	5.4	5.2	5.8
9. Arquitectura	5.9	6.5	7.0	7.2	7.3
10. Danza	5.4	5.8	5.8	5.7	5.8
11. Música clásica y Contemporánea	5.4	5.7	5.9	5.7	5.5
12. Cine	5.4	5.6	5.5	6.0	5.5
13. Música popular	5.3	5.4	5.4	5.5	5.4
VALORACIÓN GLOBAL	6.1	6.2	5.9	6.1	6.1

REPERCUSI3N INTERNACIONAL. Por lo que respecta a la **repercusi3n internacional de la cultura espa3ola**, obtiene de nuevo peores resultados, con una valoraci3n global de 5.3 puntos. La **gastronomi3** vuelve a ocupar la primera posici3n, seguida de **arquitectura, literatura, moda, dise3o, artes pl3sticas y fotograf3a**, por encima o igual que la media; en el otro extremo, **teatro, v3deo arte, m3sica popular, danza, m3sica cl3sica y contempor3nea y cine** no alcanzan el aprobado.

REPERCUSI3N INTERNACIONAL	2013	2012	2011	2010	2009
1. Gastronomi3	7.5	8.0	8.0	7.9	8.2
2. Arquitectura	6.0	6.4	6.6	6.7	6.8
3. Literatura	5.9	6.3	6.1	6.1	6.0
4. Moda	5.7	5.8	5.6	5.5	5.5
5. Dise3o	5.6	5.7	5.7	5.8	5.8
6. Artes pl3sticas	5.3	5.4	5.3	5.3	5.2
8. Fotograf3a	5.3	5.2	5.0	5.0	5.0
7. Cine	4.9	5.3	5.3	5.8	5.3
8. M3sica cl3sica y contempor3nea	4.7	4.6	4.5	4.4	4.2
9. Danza	4.6	5.0	4.7	4.8	4.8
10. M3sica popular	4.6	4.4	4.5	4.8	4.2
11. V3deo arte	4.3	4.1	3.8	4.0	4.4
12. Teatro	4.1	4.3	4.2	5.8	3.8
VALORACI3N GLOBAL	5.3	5.4	4.7	4.8	4.9

LO MEJOR DEL PANORAMA CULTURAL

A continuación el cuestionario se refiere a las **instituciones y acontecimientos culturales más importantes del año 2013**, en una pregunta abierta sin aportar ningún nombre.

Encabeza de nuevo el ranking tomando distancia el **Museo Reina Sofía** (sube de 48 a 62) con el **Museo del Prado**; tercero es **Matadero Madrid** (sube un puesto), seguido del **Festival Internacional de Cine de San Sebastián** (sube 6 puestos), el **Museo Thyssen Bornemisza** (baja 2), el **Teatro Real**, la **Fundación Mapfre**, **CaixaForum** y **ARCO** (sube 6 puestos); por encima de las diez menciones también está el **MACBA**, **La Casa Encendida** (pierde 6 puestos), la **Fundación March** y el **Museo Guggenheim**.

La relación se completa con hasta 3-2 actividades que han recibido más de cinco menciones, siendo nuevas en la lista el **Sónar** (8), **Alhóndiga Bilbao**, **Casa del Lector**, **La Alhambra**, el **Museo de la Evolución Humana** (6), el **CGAC**, **La Tèrmica** y el **Festival de Teatro Clásico de Almagro** (5 menciones). Vuelven al ranking el **Centro Dramático Nacional** y **La Laboral** (5).

Salen de la lista este año el **MUSAC** y siete instituciones teatrales: **Gran Teatre del Liceu**, **Teatro Español**, **Teatro de la Abadía**, **Teatro Lliure**, **Teatro de la Maestranza**, **Festival Grec** y **Mercat de les Flors**.

Madrid encabeza el ranking con 17 instituciones y actividades entre las más destacadas, seguida de **Cataluña** (6), el **País Vasco** (3), **Andalucía** (3), **Galicia**, **Castilla y León**, **Asturias** y **Castilla la Mancha**; el resto de comunidades no tiene ninguna representación entre las actividades más destacadas. Por tipo de instituciones y actividades, 11 son **centros culturales**, 10 **museos**, 7 **festivales y ferias** y 4 **teatros**.

El panel ha mencionado hasta 168 instituciones, programas y empresas culturales; en el cuadro adjunto se relacionan las que han recibido al menos cinco menciones.

INSTITUCIONES Y PROGRAMAS CULTURALES	2013	2012	2011	2010	2009
1. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofía	62	48	45	35	43
2. Museo del Prado	35	42	32	27	34
3. Matadero Madrid	27	32	22	-	-
4. Festival Internacional de Cine de San Sebastián	19	18	11	11	6
5. Museo Thyssen - Bornemisza	17	35	13	16	8
Teatro Real	17	20	17	9	9
Fundación Mapfre	17	20	-	8	-
8. CaixaForum. Fundación "la Caixa"	16	20	16	8	-
ARCO	16	9	14	-	16
10. Museo de Arte Contemporáneo de Barcelona. MACBA	13	20	18	9	20
11. La Casa Encendida	11	21	15	15	10
Fundación March	11	9	6	-	-
13. Museo Guggenheim. Bilbao	10	17	13	8	11
14. PHotoEspaña. Madrid	8	11	15	9	17
Primavera Sound. Barcelona	8	9	5	-	-
Sónar. Barcelona	8	-	-	-	-

17. Centro de Arte 2 de Mayo. Móstoles	6	6	5	-	-
Auditorio Nacional de Música. Madrid	6	6	-	-	-
Alhambiga Bilbao	6	-	6	-	-
Casa del Lector. Madrid	6	-	-	-	-
La Alhambra. Granada	6	-	-	-	-
Museo de la Evolución Humana. Burgos	6	-	-	-	-
23. Temporada Alta de Girona	5	11	5	7	7
Centro de Cultura Contemporánea de Barcelona. CCCB	5	10	12	8	13
CAC Málaga	5	6	-	-	-
Círculo de Bellas Artes. Madrid	5	5	11	7	5
Teatros del Canal. Madrid	5	5	10	-	-
Centro Dramático Nacional	5	-	10	-	-
La Laboral. Gijón	5	-	6	9	9
Centro Galego de Arte Contemporánea. Santiago	5	-	-	-	-
La Térmica. Málaga	5	-	-	-	-
Festival de Teatro Clásico de Almagro	5	-	-	-	-

LOS PRESUPUESTOS DE LA CULTURA EN 2014

De nuevo se ha consultado a los panelistas por la variación prevista en el presupuesto o volumen de actividad de su organización o actividad profesional para el ejercicio 2014 respecto al 2013.

Para un **57,3 %** el ajuste parece haber tocado fondo, previéndose repetir el presupuesto o un ligero crecimiento. Para el **42,7 %** restante se seguirá produciendo ajustes, incluso mayores de un 20% (para el 17,3% del panel). La variación media resultante es negativa, arrojando una disminución del **5,9 %**

El presupuesto va a aumentar más de un 20%	0.0 %
El presupuesto va a aumentar entre un 10% y un 20%	4.0 %
El presupuesto va a aumentar menos de un 10%	13.3 %
Va a ser muy similar	40.0 %
Va a disminuir menos del 10%	9.3 %
Va a disminuir entre un 10% y un 20%	16.0%
Va a disminuir más de un 20%	17.3 %

De acuerdo con estos datos y los de ediciones previas del Observatorio de la Cultura, las disminuciones presupuestarias encadenadas en los últimos cinco ejercicios son las siguientes:

2010 (respecto a 2009)	- 21,3 %
2011 (respecto a 2010)	- 17,6 %
2012 (respecto a 2011)	- 18,9 %
2013 (respecto a 2012)	- 15,1 %
2014 (respecto a 2013, previsión)	- 5,9 %

2. ESTRATEGIAS DE COLABORACION PUBLICO PRIVADA

En esta segunda parte del cuestionario se ha pedido a los panelistas valorar posibles líneas de acción para fomentar la colaboración entre los sectores público y privado en la promoción de la cultura. Para ello se han sugerido cinco posibles estrategias, que han valorado de 5 a 1 de acuerdo con la siguiente escala:

5. Es una estrategia clave para el desarrollo del sector cultural
4. Puede aportar resultados muy interesantes en determinados casos
3. Hace falta sopesar ventajas e inconvenientes en cada caso
2. Su impacto va a ser en general menor
1. No estoy de acuerdo con esta estrategia

Asimismo, los panelistas han apuntado posibles dificultades o riesgos de cada una y han sugerido algunas otras estrategias para la colaboración público privada.

A continuación se presentan las puntuaciones obtenidas por las acciones sugeridas, ordenadas de mayor a menor valoración así como un resumen de los comentarios coincidentes. Destaca la unanimidad sobre la necesidad de la ley de mecenazgo; en el otro extremo, la gestión privada de espacios culturales públicos es la propuesta menos apoyada.

A. Desarrollar una ley de mecenazgo ambiciosa que incentive un aumento significativo de la inversión privada en la cultura.

<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>4,38</u>
2,7%	6,8%	6,8%	16,4%	67,1%	PUNTUACION MEDIA

POSIBLES DIFICULTADES

Se corre el riesgo de imposición de criterios por las empresas que financien la cultura, así como un sesgo hacia la cultura más “convencional, burguesa, de artistas de renombre y grandes eventos”; hay que asegurar el apoyo a expresiones artísticas más minoritarias y arriesgadas.

Llevamos mucho retraso, que muestra la escasa comprensión de su necesidad y el poco compromiso del Gobierno con la cultura; se espera, pero con temor de que finalmente Hacienda no la apruebe, recorte su ambición inicial o la diluya extendiendo el mecenazgo a otras áreas como el deporte.

No bastará con la ley, hay que educar en el mecenazgo a la sociedad y a las personas.

B. Fomentar la coproducción de actividades entre organizaciones culturales públicas y privadas.

<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>3,89</u>
2,8%	4,2%	26,8%	33,8%	32,4%	PUNTUACION MEDIA

POSIBLES DIFICULTADES

Habría que superar los recelos mutuos entre ambos sectores; el privado teme injerencias políticas, el público teme un protagonismo excesivo por parte del privado, ambos temen que el otro quiera imponer sus criterios.

Debe primar lo público sobre lo privado y los profesionales de la cultura sobre los políticos o las empresas.

C. Desarrollar en las organizaciones culturales públicas una mayor capacidad de gestión de ingresos privados para contribuir a su financiación.

<u>1</u>	<u>2</u>	<u>3</u>	<u>4</u>	<u>5</u>	<u>3,83</u>
2,8%	6,9%	20,8%	43,1%	26,4%	PUNTUACION MEDIA

POSIBLES DIFICULTADES

La cultura pública es competencia del Estado y debe tener financiación pública; la búsqueda de financiación privada puede pervertir sus objetivos. Corremos el riesgo de banalizar la cultura y el papel de lo público y de primar lo económico sobre lo artístico.

En España, las empresas culturales privadas buscan financiación en el Estado, no al revés. El Estado no debe competir con el sector privado por la financiación privada.

Choca con la legislación actual y con el concepto de caja única.

D. Aportar financiación pública a iniciativas culturales privadas que contribuyan a sus objetivos institucionales de una forma eficaz.

1	2	3	4	5	3,24
15,5%	5,6%	35,2%	26,8%	16,9%	PUNTUACIÓN MEDIA

POSIBLES DIFICULTADES

Se deben apoyar iniciativas privadas con dinero público siempre que estas respondan al bien común. Deben adjudicarse por jurados independientes y deben fijarse mecanismos para comprobar que contribuyen de forma eficaz a los objetivos institucionales y al bien común.

Hay un riesgo de que disminuya la financiación pública a instituciones públicas en beneficio de las privadas, que el modelo sea irreversible y desaparezcan las subvenciones públicas a la cultura.

Primaria búsqueda de resultados económicos sobre el interés general.

Riesgo de politización, instrumentalización por parte de las instituciones de las iniciativas privadas que financien. Clientelismo.

E. Encomendar la gestión de programas o espacios culturales públicos a organizaciones privadas buscando una mayor agilidad y dinamismo y mejores resultados en la gestión de ingresos y gastos.

1	2	3	4	5	2,69
26,4%	12,5%	33,3%	20,8%	6,9%	PUNTUACIÓN MEDIA

POSIBLES DIFICULTADES

Se puede banalizar la programación y "espectacularizar" la cultura, primando los resultados económicos sobre el interés cultural y los objetivos de servicio público.

Contribuye al descrédito de lo público, a la desaparición del sector público de la cultura.

OTRAS LÍNEAS DE ACTUACIÓN SUGERIDAS

Desarrollar políticas más ambiciosas de apoyo al sector cultural privado: excepción cultural, reducción de impuestos, porcentaje cultural en adjudicaciones de contratos públicos, legislación de la responsabilidad social corporativa, inclusión del sector privado en los órganos de gobierno de instituciones culturales, apoyo a iniciativas culturales que contribuyan a la marca España.

Promover y prestigiar el patrocinio y mecenazgo de la cultura entre empresas y particulares. Difundir las oportunidades y la rentabilidad para las empresas de la inversión en cultura. Fomentar la donación cultural de particulares, con figuras como el "membership", "amigos de" y similares. Nos faltan apoyos fiscales pero sobre todo cultura, tradición, reconocimiento y referentes.

Apoyo a emprendedores culturales y a proyectos colaborativos, con financiación, asesoramiento, cesión de espacios e información sobre ayudas y subvenciones.