

## El consum i la pràctica artística a Catalunya

Sergi Mosteiro Molina i Francesc Sala i Pascual

Sergi Mosteiro Molina és membre del Gabinet Tècnic del Departament de Cultura de la Generalitat. Francesc Sala i Pascual és consultor independent

---

LA VOLUNTAT D'AQUESTA APORTACIÓ és elaborar un modest apunt sobre l'estat de la qüestió del coneixement del consum de l'art i les pràctiques artístiques que fan els ciutadans i ciutadanes de Catalunya.<sup>1</sup>

Aquesta aportació és complementària de la realitzada en l'article *El consum cultural a Catalunya*,<sup>2</sup> publicat al número 235 de QVC, en què es feia una mirada global a l'estat del consum cultural al nostre país. Respecte a les informacions incloses en el primer article, hi inclourem una actualització de dades amb les que hi ha disponibles en la data de redacció d'aquest article (febrer de 2011).

### 1. L'estat de l'art a Catalunya

Abans d'entrar a analitzar les pràctiques i consums artístics, volem fer un cop d'ull a l'estat dels equipaments i institucions artístiques al nostre país, a partir de les dades estadístiques de què disposem. La font bàsica d'informació sobre equipaments i persones en referència

1. Ens referim als homes i dones —majors de catorze anys— amb la condició de residents a Catalunya, en el seu consum artístic, sigui o no a Catalunya.

2. Sergi Mosteiro Molina i Francesc Sala i Pascual. *El consum cultural a Catalunya*, publicat a *Qüestions de Vida Cristiana*, núm. 235, octubre del 2009.

al món de l'art al nostre país és el conjunt d'Estadístiques culturals de Catalunya<sup>3</sup> que actualitza el Gabinet Tècnic del Departament de Cultura<sup>4</sup> de la Generalitat de Catalunya (en endavant, DC GC).

### *Els museus i les col·leccions*

La principal font d'informació sobre els museus i les col·leccions de Catalunya correspon a la recopilació de dades administratives que elabora el DC GC, i que queden recollides en la publicació anual *Museus i col·leccions obertes al públic*, que ofereix informació sobre el nombre d'equipaments, de visitants, d'activitats organitzades i dels seus visitants, així com de les seves publicacions.

La diferenciació entre museus i col·leccions ve determinada per la pertinença al Registre de museus. És per això que el cens d'equipaments museístics del país ha augmentat en els darrers anys, però no el de museus, que es manté força estable al llarg del temps, tal com es pot observar a la taula següent.

Taula 1. Museus i col·leccions de Catalunya. 2005-2009

	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
Museus	146	149	152	153	160
Col·leccions	311	324	315	339	357
<b>Total</b>	<b>457</b>	<b>473</b>	<b>467</b>	<b>492</b>	<b>517</b>

Font: DC GC.

Inclou seus i subseus de museus i col·leccions

3. Vegeu pàgina web <http://www.gencat.cat/cultura/estadistiques> o, en format paper, *Estadístiques culturals de Catalunya 2009*. Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació, 2009.

4. Ens referim en tot l'article a Departament de Cultura, tot i que durant alguns períodes ha tingut altres noms, com el de Departament de Cultura i Mitjans de Comunicació (2006-2010).

Paral·lelament, l'any 2007 es va elaborar per primera vegada l'*Estadística de col·leccions*.<sup>5,6</sup> La diversitat i poca consistència del concepte col·lecció —com un sac on van a parar tots aquells que no compleixen les condicions indicades en el Registre de museus— fan que hi hagi una disparitat tan gran que comporta la coexistència d'equipaments com la Sagrada Família, CaixaFòrum o CosmoCaixa, amb institucions com la Casa Nadiua de Pau Casals (el Vendrell) o el castell de Montesquiú.

Taula 2. Col·leccions de Catalunya. 2007.  
Principals resultats<sup>7</sup>

<b>Col·leccions de Catalunya</b>	<b>228</b>
Titularitat pública	97
Titularitat privada	131
<b>Nombre de sales</b>	<b>910</b>
Sales d'exposició permanent	755
Sales d'exposició temporal	155
<b>Infraestructura</b>	
m <sup>2</sup> de superfície total	626.853
<b>Col·lecció</b>	
Volum de fons	482.662
<b>Personal</b>	
Nombre de treballadors	911

Font: *Estadística de col·leccions 2007. Departament de Cultura*

5. Actualment, el DC GC està treballant per ampliar-la a museus i conformar, així, la futura *Estadística de museus i col·leccions*, que permetrà aprofundir en el coneixement d'aquestes institucions.

6. Vegeu ICC Consultors. *Estadística de col·leccions*, a Fulls de Cultura i Comunicació. Estadística, núm. 27, març del 2010.

7. Cal fer notar la diferència entre les dades recollides administratives del DC GC sobre el nombre de col·leccions el 2007 (315) i les recollides a l'*Estadística de col·leccions* (228). Aquesta diferència s'explica pel fet que l'*Estadística de col·leccions* comptabilitza seus i subseus com una única entitat.

Tal com es pot observar, la infraestructura expositiva de les 228 col·leccions catalanes estava formada, l'any 2007, per 910 sales, la majoria de les quals destinades a mostrar el fons permanent. Per aquestes sales hi van passar gairebé 13 milions de visitants que, de mitjana, van pagar una entrada per valor de 2,94 euros.

Territorialment, el major nombre de col·leccions es concentra al Barcelonès (33, 19 de les quals se situen a la ciutat de Barcelona), el Maresme (13), el Pallars Sobirà i el Baix Llobregat (11), i Osona i el Bages (10). Així mateix, el 41,2% de les col·leccions de Catalunya són de titularitat pública i majoritàriament dependents de l'administració municipal. És destacable el pes de les col·leccions privades i pertanyents a associacions i fundacions, que representen, l'any 2007, més del 50% del total de col·leccions de Catalunya.

### *Les galeries d'art*

El DC GC elabora, triennalment, l'Estadística de galeries d'art, que s'adreça a tots els establiments oberts al públic, d'explotació privada, l'activitat principal dels quals és l'exhibició i el comerç d'obres d'art amb fins econòmics i que en major o menor grau tenen com a objectiu estimular la creació i la promoció de l'art, els artistes i la seva obra, així com els hereus d'aquests, en el cas de tractar-se d'artistes traspassats o traspassades. No es consideren, per tant, els locals que exposen obres d'art, independentment de les modalitats artístiques mostrades o la tendència artística, si no tenen una finalitat lucrativa.<sup>8</sup>

8. La història de les galeries d'art condiona l'existència d'una franja confusa amb establiments l'activitat principal dels quals no és l'exposició i comercialització d'obres d'art, però s'aproxima al concepte d'aquesta. És a partir de la segona meitat del segle XIX que es localitzen botigues que aviat esdevenen editorials d'art a fi de promoure el negoci. Concretament, a Barcelona, l'origen de les galeries d'art, a part dels locals oficials d'exposició, foren els aparadors d'algunes botigues de marcs que en alguns casos, posteriorment, es convertiren en galeries d'art. Altres establiments com bars, cafeteries i granges també configuren un límit difús que dificulta la segmentació d'aquests establiments. A fi d'evitar possibles confusions s'ha comprovat l'activitat

Les últimes dades disponibles, corresponents a l'any 2009, comptabilitzaven a Catalunya 185 galeries d'art, 108 de les quals estaven ubicades a Barcelona. Aquesta xifra representa un 58,4%, percentatge que s'ha mantingut força estable durant el període 2000-2009.

Aquestes 185 galeries ocupaven 32.777 metres quadrats, donaven feina a 503 persones i van programar 1.781 exposicions, en les quals van participar més de 3.800 artistes. El més habitual és que realitzin de sis a deu exposicions l'any, bé d'artistes individuals, bé col·lectives.

El percentatge de d'associacionisme professional se situa al voltant del 70%. L'associació en què participen més membres és el Gremi de Galeries d'Art de Catalunya (49,7%), seguida d'Art Barcelona (14,1%).

Taula 3. Galeries d'art. Dades bàsiques. 2009

	<b>Catalunya</b>	<b>Barcelona</b>	<b>Resta de Catalunya</b>
<b>Galeries d'art</b>	<b>185</b>	108	77
<b>Superfície (m<sup>2</sup>)</b>	<b>32.777</b>	20.899	11.878
<b>Personal</b>	<b>503</b>	337	166
<b>Nombre d'exposicions</b>	<b>1.781</b>	1.028	753
<b>Artistes que hi han exposat</b>	<b>3.834</b>	2.278	1.556

Font: *Estadística de galeries d'art 2009. DG GC*

### *Els artistes*

No és fàcil conèixer qui és artista i quins són els artistes del nostre país. A banda de consideracions legals sobre la professió d'artista, i de consideracions artístiques sobre el treball de cada un d'ells, incorpo-

principal de l'establiment i el volum de negoci que representa la comercialització i exposició de les obres d'art.

rem les dades extretes d'un estudi<sup>9</sup> realitzat per Artimetria, encarregat a l'Associació d'Artistes Visuals de Catalunya pel DC GC, a un doble nivell: tant de Catalunya com d'arreu dels Països Catalans.

Taula 4. Artistes visuals, segons comunitat autònoma i província de residència

<b>Comunitat autònoma / Província</b>	<b>Artistes</b>
<b>Catalunya</b>	<b>4.307</b>
Barcelona	3.163
Girona	811
Lleida	114
Tarragona	215
<i>Província desconeguda</i>	<i>4</i>
<b>País Valencià</b>	<b>1.328</b>
Alacant	523
Castelló	130
València	662
<i>Província desconeguda</i>	<i>13</i>
<b>Illes Balears</b>	<b>817</b>
<b>Total Països Catalans</b>	<b>6.435</b>
Residents a la resta de l'Estat espanyol	1.895
<b>Total</b>	<b>8.347</b>

Font: Artimetria. *La situació dels artistes visuals als Països Catalans*. Any 2007

9. Vegeu ARTImetria. *La situació dels artistes visuals als Països Catalans a Fells de Cultura i Comunicació*. Dades, núm. 434, febrer del 2010.



Amb el nou estudi realitzat l'any 2007, ens trobem que als països catalans hi ha un total de 8.347 persones identificades com a artistes plàstics o visuals. D'aquests, 4.303 resideixen a Catalunya (un 55,5%), 1.315 al País Valencià (15,75%) i 817 (9,79%) a les Illes Balears.

Amb el nou estudi realitzat l'any 2007, ens trobem que als Països Catalans hi ha un total de 8.347 persones identificades com a artistes plàstics o visuals. D'aquests, 4.303 resideixen a Catalunya (un 55,5%), 1.315 al País Valencià (15,75%) i 817 (9,79%) a les Illes Balears. És prou interessant també veure'n la localització per comarques, amb algunes d'elles amb una veritable atracció per als artistes. Així, a banda de les comarques de les capitals de cada comunitat, on es concentra un gran nombre d'artistes, cal fer ressaltar el Vallès Occidental i les diverses comarques gironines, llocs on resideix un nombrós grup d'artistes.

Per gènere, el 67,30% dels artistes comptabilitzats són homes i un 31,40% són dones. Al mateix temps, un 1,30% es defineix dins d'un àmbit de creació col·lectiu.

Taula 5. Artistes visuals, segons gènere

	<b>Artistes</b>	<b>%</b>	<b>% vàlid</b>
Home	5.464	65,50%	67,30%
Dona	2.550	30,50%	31,40%
Col·lectiu	109	1,30%	1,30%
<b>Total</b>	<b>8.123</b>	<b>97,30%</b>	<b>100,00%</b>
<i>Dada desconeguda</i>	224	2,70%	—
<b>Total</b>	<b>8.347</b>	<b>100,00%</b>	<b>—</b>

Font: Artimetria. *La situació dels artistes visuals als Països Catalans*. 2007

*Els estudis artístics*

Segons el Departament d'Ensenyament, el curs 2009/2010 hi havia a Catalunya 324 centres que impartien algun tipus d'ensenyament artístic, 30 més que en el curs 2005/2006. D'aquests, 28 oferien estudis d'arts plàstiques i disseny, vuit, estudis superiors de disseny i un, estudis relacionats amb la conservació i restauració de béns mobles. En total, més de 6.500 alumnes inscrits en estudis relacionats, en major o menor grau, amb l'objecte del nostre estudi.

Taula 6. Ensenyaments artístics. Curs 2009-2010

	<b>Total</b>	<b>Públics</b>	<b>Privats</b>
<b>ARTS PLÀSTIQUES I DISSENY</b>			
Centres	<b>28</b>	24	4
Personal docent	<b>779</b>	708	71
Alumnat			
Cicles formatius de grau mitjà	<b>920</b>	829	91
Cicles formatius de grau superior	<b>4.609</b>	4.289	320
<b>ESTUDIS SUPERIORS DE DISSENY</b>			
Centres	<b>8</b>	7	1
Personal docent (*)	—	—	—
Alumnat	<b>1.090</b>	871	219
<b>CONSERVACIÓ I RESTAURACIÓ DE BÉNS CULTURALS</b>			
Centres	<b>1</b>	1	—
Personal docent	<b>21</b>	21	—
Alumnat	<b>136</b>	136	—

Font: *Estadística de l'Educació. Estadística de l'Educació 2009-2010. Departament d'Ensenyament*

(\*) *Els centres que imparteixen estudis superiors de disseny també imparteixen arts plàstiques i disseny. En aquests centres el professorat imparteix tots dos ensenyaments*



## 2. El consum i les pràctiques d'art a Catalunya

En aquest apartat ens referirem primerament a les fonts d'informació des del punt de vista del consum sobre les quals hem treballat. Com a fonts directes —entenent aquelles que recullen l'opinió directa del consumidor d'un producte, servei o equipament cultural— assenyalarem les següents:

- **Enquesta de consum i pràctiques culturals de Catalunya (ECPCC)**<sup>10</sup>

Enquesta elaborada pel DC GC i IDESCAT i dirigida a la població de quinze anys i més, resident a Catalunya. La darrera edició, amb dades del 2006, es basa en una mostra de 7.700 entrevistes, el principal objectiu de les quals és conèixer el consum efectiu de productes i serveis de caràcter cultural, les pràctiques actives dels catalans relacionades amb la cultura, les activitats fetes durant el temps lliure, l'equipament cultural disponible a les llars del nostre país. En referència a les arts, inclou apartats dedicats a museus i exposicions, patrimoni, pràctiques culturals amateurs i formació artística.

- **Enquesta de consum i pràctiques culturals infantils 2007-2008 (ECPCI)**<sup>11</sup>

Segurament, una de les novetats més importants des del punt de vista del coneixement del consum i les pràctiques culturals al nostre país. Aquesta enquesta és la versió adaptada de l'*Enquesta de consum i pràctiques culturals a la població de 15 anys i més a la població de sis a catorze anys*, és la primera vegada que es porta a terme i no s'ha donat a conèixer encara.

10. *Enquesta de consum i pràctiques culturals de Catalunya 2006*. Barcelona. Departament de Cultura i Institut d'Estadística de Catalunya, 2007. Disponible a Internet: <[http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/Arxius/Arxius%20GT/ecpc06\\_gen08.pdf](http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/Arxius/Arxius%20GT/ecpc06_gen08.pdf)> Pàgina visitada el febrer del 2011.

11. *Enquesta de consum i pràctiques culturals infantils 2007-2008*. Barcelona. Departament d'Educació, Departament de Cultura i Institut d'Estadística de Catalunya, 2010. Disponible a Internet: <[http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/SSCC/GT/Arxius%20GT/ECPCI\\_2007\\_2008.pdf](http://www20.gencat.cat/docs/CulturaDepartament/SSCC/GT/Arxius%20GT/ECPCI_2007_2008.pdf)> Pàgina visitada el febrer del 2011.

### • **Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (BCC)**<sup>12</sup>

Des del 2008, la Fundació Audiències de la Comunicació i la Cultura elabora aquest estudi, amb 40.000 entrevistes personals realitzades a la llar habitual amb Tablet PC, i avui en dia ja un referent indiscutible per al coneixement del sistema cultural del nostre país. Tot i això, l'àmbit comunicatiu deixa poc espai per a l'anàlisi de la cultura, poc representat en el conjunt de preguntes del qüestionari. En aquest article analitzarem la informació disponible pel que fa referència a les qüestions artístiques, tant de consum com de pràctiques, recollides en el BCC, i amb la visió que dona el recorregut realitzat pel Baròmetre en els seus pocs anys de vida.

#### *Enquesta de consum i pràctiques culturals de Catalunya (ECPCC)*

D'acord amb les dades de l'ECPCC, l'any 2006 un 48,4% de la població de quinze anys i més va declarar haver visitat un museu en l'últim any, un 37,7%, haver visitat una exposició o galeria d'art, i un 47,2%, haver visitat algun monument, taxes significativament més altes que les corresponents a l'any 2001.

Taula 7. Taxes de participació cultural en els últims dotze mesos. Catalunya 2001-2006. En %

	<b>2001</b>	<b>2006</b>	<b><i>Punts de variació percentual</i></b>
<b>Museus</b>	39,2	48,4	+ 9,2
<b>Exposicions, galeries d'art</b>	35,4	37,7	+ 2,3
<b>Monuments</b>	41,1	47,2	+ 6,1

*Font: ECPCC 2001 i 2006. Departament de Cultura i IDESCAT.*

12. Baròmetre de la Comunicació i la Cultura <<http://www.fundacc.org>> Pàgina visitada el febrer del 2011.



Les darreres tendències de multiplicar la capacitat dels dispositius en la telefonia mòbil, incorporant-hi aplicacions de vídeo i fotografia digital, incrementen encara més les possibilitats que qualsevol persona exerciti el seu vessant artístic.

Quan a les pràctiques culturals dels ciutadans catalans, i dins l'apartat de socialització cultural, es demana per la **formació artística** rebuda al llarg de la vida i/o en els darrers 12 mesos. A banda de les arts escèniques i musicals —especialment en aquest àmbit— quasi bé mig milió de persones indica que, l'any 2006, havia rebut formació en l'àmbit de les arts visuals, sigui de dibuix, pintura o fotografia.

Taula 8. Classes d'activitats artístiques rebudes al llarg de la vida i/o en els darrers dotze mesos. 2006

Activitats artístiques	Població (milers)	Taxes (%)	Mitjana d'anys
<b>Música</b>	440,0	17,0	5,1
<b>Dansa</b>	338,8	13,1	5,8
<b>Teatre</b>	244,2	9,4	4,1
<b>Fotografia</b>	137,8	5,3	3,0
<b>Dibuix o pintura</b>	355,6	13,7	4,8

Font: ECPC 2006. DC GC i IDESCAT.

Quan s'analitza l'evolució de les pràctiques d'altres activitats d'àmbit cultural dels darrers dotze mesos dels ciutadans catalans, s'evidencia una clara evolució en tots i cadascun dels camps observats, del 2001 al 2006.

Taula 9. Altres activitats d'àmbit cultural en els darrers dotze mesos. Catalunya. 2001-2006

	<b>Població</b> (milers)		<b>Taxes</b> (%)		<b>Punts de variació (%)</b>
	<b>2001</b>	<b>2006</b>	<b>2001</b>	<b>2006</b>	
<b>Treballs manuais</b>	1.173,4	2.087,6	22,6	34,8	+ 12,2
<b>Fer fotografia o vídeo</b>	970,3	3.942,2	18,7	65,7	+ 47,0
Escriure	689,9	1.186,9	13,3	19,8	+ 6,5
<b>Dibuixar</b>	656,6	1.544,9	12,6	25,7	+ 13,1
Tocar un instrument	462,0	739,2	8,9	12,3	+ 3,4
Dansa	165,7	251,4	3,2	4,2	+ 1
Cant	160,1	194,2	3,1	3,2	+ 0,1
Teatre	125,4	193,0	2,4	3,2	+ 0,8

Font: ECPC 2001 i 2006. DC GC i IDESCAT.

Així, es pot observar l'espectacular avenç declarat de les pràctiques relacionades amb les noves tecnologies, com són la fotografia o el vídeo, que passen a ser exercides per un 65,7% de la població (prop de quatre milions reconeixien el 2006 haver fet activitats de fotografia o vídeo). Ben probablement, en la propera enquesta, aquesta dada encara s'hauria de poder incrementar de forma més significativa, i més tenint present que la pregunta es va realitzar en termes no professionals, incorporant les pràctiques més amateurs dels ciutadans.

Les altres activitats també han augmentat significativament: el 2006, dos milions de ciutadans havien realitzat treballs manuals (12 punts percentuals més), i 1,5 milions havien realitzat activitats relacionades amb el dibuix, amb un augment de 13 punts. En canvi, la dansa, el cant i el teatre es mantenen relativament estables.

Hi ha un important increment de les pràctiques artístiques dels ciutadans del nostre país, en una mesura menor degut a la formació artística rebuda, però, sobretot, probablement degut a l'accés a les noves tecnologies digitals, que han facilitat molt més la pràctica. I les darreres tendències de multiplicar la capacitat dels dispositius en la telefonia mòbil, incorporant-hi aplicacions de vídeo i fotografia digital, incrementen encara més les possibilitats que qualsevol persona exerciti el seu vessant artístic.

*L'Enquesta de consum i pràctiques culturals infantils (ECPCI)*

L'ECPCI 2007-2008, que suposa una primera aproximació metodològica al coneixement dels ciutadans més petits, inclou un parell de qüestions relacionades amb les visites a equipaments museístics, expositius o patrimonials.

Taula 10. Visita d'almenys una vegada a museus, exposicions i monuments. Població de 6 a 14 anys

	<b>Població</b> (milers)	<b>Taxes</b> (%)
<b>Museus</b>	531,7	78,9
<b>Galeries d'art o exposicions</b>	396,0	58,8
<b>Ruïnes arqueològiques, emplaçaments històrics o monuments</b>	442,7	65,7
<b>Sexe</b>		
Nois	303,6	85,2
Noies	278,6	87,8
<b>Grups d'edat</b>		
De 6 a 9 anys	240,5	95,9
De 10 a 12 anys	217,3	83,2
13 anys i més	124,4	76,9

	<b>Població</b> (milers)	<b>Taxes</b> (%)
<b>Curs escolar</b>		
De 1r a 3r de primària	193,4	95,7
De 4t a 6è de primària	191,8	85,6
De 1r a 3r d'ESO	197,0	79,6

*Font: ECPCI 2007-08*

Podem declarar que els resultats d'aquesta primera enquesta són força optimistes, especialment si els comparem amb les visites que hi fan els adults. Així, tant en museus (78,9% a 48,4%), exposicions i galeries d'art (58,8% a 37,7%) i en monuments (65,7% a 47,2%), els més petits assisteixen en un percentatge més alt que els adults, trencant qualsevol consideració tòpica que es pugui exposar sobre la joventut. També és cert que aquesta pràctica va disminuint a mesura que els més petits s'acosten a l'adolescència, però encara amb uns percentatges molt superiors als de les visites d'equipaments artístics que realitzen els adults.

Un aspecte a considerar és el fet que les visites es fan, majoritàriament, amb el pare, mare o tutor (prop del 80%), per sobre dels companys (50,8%) i molt poques vegades sol (7,5%). I majoritàriament (67,2%), és la classe dels nois i noies que ha visitat aquests museus, exposicions o monuments. Per tant, s'evidencia el factor imprescindible de l'escola com a iniciador del consum cultural dels més joves.

Tot i això, que s'iniciïn en el consum de l'art no vol dir que els faci el pes: només el 30,1% indica que anar a museus, exposicions i monuments li agrada molt, el 56,7% una mica i el 12,6% reconeix que no li agrada gens aquest tipus d'activitat.

Si analitzem també les pràctiques d'àmbit cultural que realitzen els infants de sis a catorze anys, tot i considerar les lleugeres diferències metodològiques, l'enquesta deixa en evidència que formen una societat molt més treballada des del punt de vista artístic.

En tots i cada un dels àmbits, els més joves practiquen diferents disciplines artístiques amb unes proporcions molt superiors a les del

conjunt de la societat. L'únic cas en què hi ha similitud és en el de la pràctica de la fotografia i vídeo, on els adults —probablement perquè tenen la capacitat de disposar dels aparells que ho permeten— gairebé ho practiquen en les mateixes proporcions que la població de sis a catorze anys.

Taula 11. Altres activitats d'àmbit cultural practicades de la població de 6 a 14 anys. Curs 2007-2008

	<b>Població (milers)</b>	<b>Taxes (%)</b>	<b>Taxes adults 2006 (%)</b>	<b>Diferencial infants - adults (%)</b>
<b>Dibuix i pintura</b>	550,0	81,6	25,7	55,9
<b>Treballs manuals</b>	488,6	72,5	34,8	37,7
<b>Fotografia o vídeo</b>	450,7	66,9	65,7	1,2
Instrument musical	352,9	52,4	12,3	40,1
Escriptura	351,3	52,1	19,8	32,3
Dansa	217,3	32,3	4,2	28,1
Teatre	212,4	31,5	3,2	28,3
Cant	178,9	26,5	3,2	23,3

Font: Elaboració pròpia a partir de l'ECPCI 2007-2008 i l'ECPC 2006

### *El Baròmetre de la Comunicació i la Cultura (BCC)*

El BCC, amb els seus pocs anys de vida, ja té una llarga experiència a conèixer els nivells de consum cultural del nostre país. La pràctica adquirida ha permès millorar encara més la fiabilitat del sistema, i precisar molt més en la recerca dels diferents àmbits d'interès.

Tot i això, ja hem indicat que el seu punt dèbil, des del nostre punt de vista, és que la mirada cultural és limitada en el nombre de preguntes, fet que es compensa, però, amb el nombre d'entrevistes i la seva precisió territorial (en el cas de Barcelona, podríem obtenir informació de consum cultural i mediàtic per districtes!)

De bon principi cal indicar que l'objecte d'anàlisi d'aquest article —el consum artístic— el trobarem en l'agrupació *Exposicions*. Si fem una primera ullada comparativa de quina és la prioritat de consum cultural del conjunt de les catalanes i catalans, veurem que la televisió i la música es troben al capdavant dels consums preferits, mentre que veure exposicions es troba en la franja baixa de les activitats, conjuntament amb anar al cinema, assistir a concerts, veure espectacles o jugar a videojocs.

Taula 12. Taxes de consum cultural. 2009-2010

%	2009	2010	Punts de variació
<b>TV</b>	91,4	91,2	-0,2
<b>Música</b>	88,4	88,9	0,4
<b>Revistes</b>	64,2	65,9	1,7
<b>Llibres</b>	58,0	58,6	0,6
<b>Ràdio</b>	53,3	53,1	-0,2
<b>Internet</b>	42,0	47,4	5,4
<b>Diaris</b>	42,9	42,1	-0,8
<b>Cinema</b>	35,1	35,5	0,4
<b>Exposicions</b>	30,3	30,6	0,3
<b>Concerts</b>	30,7	29,7	-1,0
<b>Espectacles</b>	26,1	25,0	-1,1
<b>Videojocs</b>	21,3	22,7	1,4

Font: *Baròmetre de la Comunicació i la Cultura 2009 i 2010*

La variació en les dades del 2010 amb relació a les del 2009, és indicativa de la sensibilitat de l'eina, ja que en només un sol any de diferència permet albirar tendències que, en algun cas, poden resultar molt aclaridores. Així, el creixement d'Internet és, senzillament, espectacular, de 5,4 punts en un sol any. També s'incrementen el consum de revistes i el de videojocs. El lleuger creixement de les ex-



posicions, com les de música, llibres o cinema, és esperançador, enfront del decreixement de la TV, la ràdio, els diaris i l'anada a concerts i espectacles.

Aquestes dades globals ofereixen, però, resultats força interessants quan segmentem per alguna variable estructural. Per exemple, si analitzem el gènere dels consumidors d'art catalans, veiem que els homes sobresurten en un lleuger percentatge (31,3%) enfront de les dones (29,8%) a l'hora d'expressar que han visitat exposicions en museus o galeries. Només en el cas de les revistes, llibres i espectacles, les dones consumeixen més cultura que els homes.

Taula 13. Taxes de consum cultural 2010. Per edat

%	<b>14 a 19</b>	<b>20 a 24</b>	<b>25 a 34</b>	<b>34 a 44</b>	<b>45 a 54</b>	<b>55 a 64</b>	<b>65 i més</b>
<b>TV</b>	92,4	91,4	87,7	90,5	91,7	92,6	94,8
<b>Música</b>	98,6	97,2	95,5	94,2	91,3	85,2	70,0
<b>Revistes</b>	66,3	69,0	70,1	68,4	67,2	61,1	50,7
<b>Llibres</b>	64,8	62,7	62,6	61,7	62,1	58,8	44,3
<b>Ràdio</b>	49,9	55,2	57,4	57,5	55,5	54,0	42,5
<b>Internet</b>	74,8	67,6	60,0	50,3	39,7	24,5	7,2
<b>Diaris</b>	36,1	42,8	43,6	44,6	48,1	46,0	36,1
<b>Cinema</b>	58,5	59,9	45,5	39,9	35,6	24,9	11,4
<b>Exposicions</b>	34,6	30,9	30,3	31,6	34,6	33,8	22,6
<b>Concerts</b>	43,1	45,4	38,5	28,1	25,1	24,0	19,6
<b>Espectacles</b>	27,1	24,5	28,0	28,8	26,8	25,2	15,1
<b>Videojocs</b>	60,8	51,2	37,0	23,1	14,2	6,5	2,5

Font: Baròmetre de la Comunicació i la Cultura 2010

*L'assistència als museus i col·leccions*

En la publicació anual de la Direcció General de Patrimoni Cultural del DC GC sobre museus i col·leccions es detallen, per a cada un dels equipaments, les dades disponibles quant a visitants a les exposicions permanents, exposicions temporals o visites conjuntes, a més dels serveis i activitats prestades i de les publicacions editades.

Taula 14. Resum dels visitants als museus i col·leccions de Catalunya. 2005-2009

<b>Total Catalunya</b>	<b>2005</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>
<b>Visitants</b>	18.443.634	20.673.610	23.089.593	22.651.650	21.820.018
<b>Activitats (*)</b>	2.464	2.129	2.375	2.490	2.553
<b>Assistents activitats (*)</b>	2.167.166	1.651.673	2.108.174	1.781.082	1.294.428

Font: Departament de Cultura

(\*) Només museus

Podríem dir que els darrers anys, l'increment de visitants als museus i col·leccions de Catalunya és evident; de la mateixa manera, caldrà esperar per a veure si aquesta davallada de l'any 2009 és deguda a algun factor relacionat amb la crisi. Així mateix, també s'evidencia l'esforç fet pel conjunt d'institucions museístiques del país per oferir activitats que complementin l'oferta expositiva. En aquest punt, cal valorar també el turisme com un factor a l'hora d'explicar aquest increment de visitants.



Tant en museus (78,9% a 48,4%), exposicions i galeries d'art (58,8% a 37,7%) com en monuments (65,7% a 47,2%), els més petits assisteixen en major percentatge que els adults, trencant qualsevol consideració tòpica que es pugui exposar envers la joventut.

### 3. Nous reptes per a l'anàlisi del consum i les pràctiques artístiques

Tal com s'ha vist, el consum i la pràctica artística estan fent un recorregut prou interessant els darrers anys al nostre país. Tot i això, els canvis que estem vivint els darrers anys a tots els àmbits —socials, econòmics, culturals, tecnològics...— fan que hi hagi força elements d'incertesa que fan preveure que també en el camp de l'anàlisi del consum i les pràctiques culturals caldrà afrontar nous reptes, ben suggerents tots ells. A continuació exposem algunes de les qüestions que creiem que tindran més rellevància, exposats com a dubtes raonables:

- Les noves tecnologies incorporades a la pràctica de la **comptabilització de visitants / usuaris dels museus**, han de permetre resoldre la problemàtica dels diferents mètodes i sistemes de recompte, que ha pervertit el sistema durant tants anys. La unificació de sistemes o, si més no, la coordinació en la recollida de dades és un procés irreversible,

- Més enllà dels valors numèrics dels assistents —els rànquings de visitants encara són l'element que «enganxa» els responsables polítics i la premsa en general— hi ha moltes més coses a *comptar*, i que tenen relació amb el nou rol que volen tenir els museus en la societat. Una mirada molt més qualitativa fa ampliar la **diversitat d'indicadors** a tenir present com a resultat d'exercir la funció dels equipaments culturals.

- La crisi, com s'està veient, també tindrà influència en el futur dels equipaments. La necessitat de disposar d'equipaments cada cop

més eficients obliga a **lligar els sistemes d'informació sobre públics amb el sistema de gestió** de l'entitat, per disposar encara de molta més informació.

- Ja hem parlat dels **estudis de públic** i el paper creixent que aniran tenint com a dinàmica d'aprofundiment en el coneixement específic de qui —o qui no— ens ve a veure i perquè. La microanàlisi dels consumidors d'art ha de permetre conèixer el seu perfil (joves, persones novvingudes, gèneres, gent gran, nivells d'estudi, situació de parella...). I tot aquest coneixement s'ha de convertir, després, en millores en l'acció envers la qualitat del servei que es presta.

- Les **xarxes socials** són també un altre dels fenòmens que està revolucionant la capacitat d'aproximar-se al públic. Hem passat de crear associacions per formar Amics del museu a la generació de grups d'interès espontanis (a vegades provocats) sobre temàtiques culturals i artístiques. No es pot estar al marge dels fenòmens socials lligats a les noves tecnologies i que van apareixent —i desapareixent— a un ritme al qual no estàvem acostumats. Com comptabilitzem els nous consums virtuals, per internet? (Molt interessant, al nostre país, l'experiència derivada de la creació del Pat.club, el club del patrimoni de Catalunya).<sup>13</sup>

- Com també caldrà aprofundir en la necessitat d'impulsar anàlisis dels comportaments, les motivacions, els condicionants que fan que el ciutadà assisteixi, li agradi, refusi, senti l'art. Els **estudis qualitius** sobre els perquès de l'art i les persones poden aportar tanta informació o més que les anàlisis estadístiques més potents. Per exemple, els estudis dels comportaments dels ciutadans i els preus. Quin és el guany real de fer gratuïts els museus? Potser a curt termini ens porta molta més gent, però devalua el valor real d'aquests espais d'art?

- Hem d'**incorporar la diversitat** per a entendre i explicar l'art a casa nostra? Com l'art incorpora la diversitat d'origens del nostre país? Cal orientar els museus per a acollir les mirades diverses sobre l'art, i ajudar a fer la nostra societat més convivencial.

13. Pat.club. <http://patrimoni.gencat.cat>. Visitada el febrer del 2011.



Si analitzem el comportament dels turistes, el primer que ens hauríem de preguntar és: si sempre visitem tots els museus de les ciutats on fem turisme, per què no anem als museus del nostre país?

- L'art, avui, també és un fenomen mundial. I això comporta entrar en el camp de la **internacionalització**, si es vol existir en aquest mercat global. Com es dona a conèixer l'art més enllà de les nostres fronteres —n'hi ha, de fronteres?—, i com és reconegut aquest art i aquests artistes catalans per la gent d'arreu?

- Estan sorgint **noves tipologies d'equipaments. L'Anella cultural**<sup>14</sup> seria el nou paradigma del treball artístic a la xarxa, des de la xarxa, per a la xarxa. El consum de l'art, doncs, trencant les quatre parets clàssiques de l'espai.

- El gran repte pendent de **l'art en l'educació** i de **l'educació per a l'art**. Abans hem exposat que la generació de joves que puja ha gaudit d'unes condicions mai vistes fins ara a casa nostra respecte a l'art i la cultura en general. Però tots som conscients que no n'hi ha prou amb quatre visites a museus durant l'etapa escolar per a formar persones que estimin l'art i hi convisquin. Com desenvolupem els talents creatius? Els estudis artístics reglats, estan ben orientats? Com enfoquem les noves pràctiques digitals des de l'escola? Com fer arribar al conjunt de la ciutadania la possibilitat de créixer en les seves aptituds artístiques?

- Al mateix temps hi ha una nova generació de consumidors, que van més enllà de la seva funció clàssica d'usuaris passius. Els **consumidors prosumidors** —fusió dels termes anglesos 'productor' (o 'professional', segons les fonts) i 'consumidor'— es corresponen a un consumidor ben informat que és actiu en la difusió d'un determinat producte a través de la seva recomanació a grups familiars, relacionals o professionals, i que, a més, col·labora en el desenvolupament.

14. Anella Cultural. <http://www.anellacultural.cat>. Visitada el febrer del 2011. Pàgina web en construcció.

lupament i millora del producte a través dels canals de comunicació del productor, dissenyat a l'efecte. De vegades, s'autoorganitzen per a intercanviar informació, ajudant-se mútuament, o bé utilitzen els fòrums creats per a tal fi.

- Les arts comunitàries com a nova forma de participació de la societat. Com els artistes poden comprometre's amb el **desenvolupament cultural de la seva comunitat**. Com som capaços d'incorporar l'art amb altres disciplines com la salut, l'educació, els serveis socials, el treball amb la gent gran...

- Si la gent no va als museus, són aquests que han de sortir a buscar els ciutadans? **L'art al carrer** és una de les formes més eficients d'acostar l'art a un públic més ampli, que no s'atreveix a entrar als museus. Més enllà de les escultures al carrer —si fos pels responsables urbanístics, a les rotondes—, hi ha un bon camp de recerca en trobar noves maneres d'omplir l'espai públic amb noves formes d'art i ajudar els ciutadans a fer-se'l seu.

- Els efectes de les **noves tecnologies** són evidents per a tota la cultura i l'art en concret. La fotografia és art? Ho és només si la fa un artista professional? Una còpia —avui amb mètodes tan precisos que fan difícil de reconèixer l'original—, és també art? De qui són **els drets de l'art**; d'una imatge, multiplicada fins l'infinit en una xarxa social? Visitar un museu per Internet equival a veure'l en directe?

- Com analitzem **l'R+D+I en el sector de l'art**? Disposem d'un món universitari molt potent en el camp de la recerca artística, però amb molt poca relació amb els museus. Tenim, doncs, un gran potencial de transferència de coneixement, des del món de la recerca arribant als ciutadans, via museus. I cal també allargar aquesta aliança entre universitat i museus fent-hi entrar també el món de l'empresa privada.

- Com mantenim la funció **vigilància sobre el coneixement** a l'entorn de la cultura i del món de l'art?

- Quines són les tendències de futur que despunten? I, com a país, som capaços d'adoptar una estratègia que permeti encarar-les amb èxit?

- El concepte de **creativitat** s'està estenent com un dels paradigmes de la nostra societat en ple segle XXI. Tots som creatius, però, artísticament parlant? Com s'ha de potenciar el talent artístic? Com es detecta, aquest talent? Qui és més creador que els altres?

- I, a banda de ser creatius, també **som compradors d'art**? Qui té informació sobre els quadres —o altres elements artístics— que els ciutadans tenen a casa seva?