

## Mesurar la cultura: què sabem realment quan ho sabem tot

Published by [Interacció](#) [1] on 11/11/2015 - 13:42 | Last modification: 15/04/2026 - 10:27

L'*Anuario de Estadísticas Culturales 2015* no és només una compilació de dades. És, sobretot, una operació de definició: delimita què compta com a cultura, com es pot mesurar i des de quines categories es fa llegible. En aquest sentit, el valor del document no és tant el volum d'informació que aporta com el marc que construeix per interpretar-la.



L'anuari s'organitza a partir d'una arquitectura clara: magnituds transversals, magnituds sectorials i una capa de síntesi a través de la Comptabilitat Satèl·lit de la Cultura. Aquesta estructura no és neutra. Situa la cultura com un camp que es pot analitzar des de tres angles complementaris: com a sistema econòmic (ocupació, empreses, despesa), com a conjunt de sectors diferenciats (museus, biblioteques, arts escèniques, audiovisual) i com a agregat macroeconòmic capaç de contribuir al PIB (p.5, p.19).

Aquest triple enfocament té conseqüències. D'una banda, permet construir una imatge robusta de la cultura com a sector productiu: 511.800 persones ocupades el 2014 (3% de l'ocupació total) i més de 107.000 empreses vinculades (p.25, p.26). La cultura apareix així com a economia, amb pes, estructura i dinàmiques pròpies. De l'altra, aquesta mateixa operació tendeix a privilegiar allò que és quantificable: activitat, consum, ocupació, assistència.

La definició del camp cultural ho evidencia. L'anuari adopta un marc ampli, influït per els estàndards d'Eurostat i la Unesco que inclou no només sectors clàssics sinó també activitats vinculades a la propietat intel·lectual, la informàtica o la publicitat (p.19-20). Aquesta ampliació respon a la necessitat de captar el conjunt del sector creatiu. Al mateix temps, introdueix una tensió: com més s'amplia el camp, més difusa esdevé la frontera del que és estrictament cultural.

Un altre element clau és la incorporació de la cadena de valor cultural: creació, producció, difusió, distribució i activitats auxiliars (p.20). Aquesta mirada és especialment rellevant perquè desplaça el focus dels resultats finals cap als processos. Tanmateix, en la pràctica estadística, el pes recau sobretot en les fases més visibles i mesurables, especialment el consum i l'assistència.

Això es fa evident en el capítol de pràctiques culturals, que ofereix un detall extens de participació: lectura, assistència a espectacles, visites a equipaments, consum digital (p.187 i ss.). Aquí la cultura es llegeix com a comportament dels individus. El que queda menys desenvolupat és la dimensió de decisió pública: com aquestes pràctiques es relacionen amb les polítiques culturals, amb els equipaments locals o amb les desigualtats territorials.



En aquest sentit, l'anuari és una eina potent per descriure el sistema cultural, però més limitada per interpretar-lo políticament. Proporciona una base sòlida per a la presa de decisions, però no orienta aquestes decisions. La responsabilitat de lectura recau, per tant, en qui utilitza les dades.

La pregunta que obre el document no és si tenim prou informació. És una altra: **què som capaços de veure, i què deixem de veure, quan la cultura es converteix en estadística.**

[Anuario de Estadísticas Culturales 2015](#) [2]

**Categories:** Anuari

**Categories:** Articles i anàlisi

**Tags:** economia de la cultura

**Tags:** finançament de la cultura

**Tags:** treball cultural i professionals

**Tags:** sectors culturals i creatius

- [3]

**Source URL:** <https://interaccio.diba.cat/en/2015/anuario-de-estadisticas-culturales>

**Links:**

[1] <https://interaccio.diba.cat/en/members/interaccio>

[2] <http://cercles.diba.cat/documentsdigitals/pdf/E150245.pdf>

[3] <https://interaccio.diba.cat/node/6169>