UNIVERSITAT D'ANDORRA

Impacte de la COVID-19 sobre el sector cultural i creatiu d'Andorra (SCC)

Grup de recerca interdisciplinari en educació (GRIE)

Cristina Yáñez de Aldecoa
Aleix Dorca Josa

Universitat d'Andorra

Octubre 2020

"With the world faced with the COVID-19 pandemic today and the need to rebuild our societies tomorrow, culture should be at the heart of the response. Culture brings inspiration, comfort and hope into people's lives. To harness this potential, the Culture 2030 Goal movement, in the context of its engagement in the United Nations 2030 Agenda, calls on UN agencies, governments and all other stakeholders to act."[1]

"El món s'enfronta avui a la pandèmia de COVID-19 i haurà d'abordar demà la necessitat de reconstruir les nostres societats, en un procés que ha d'incloure a la cultura al centre de la resposta. La cultura és font d'inspiració, consol i esperança en la vida de les persones. Per aprofitar aquest potencial, la campanya Culture 2030 Goal, en el context del seu compromís amb l'Agenda 2030 de les Nacions Unides, fa una crida als organismes de les Nacions Unides, els governs i totes les altres parts interessades perquè actuïn."

Declaració d'objectiu de #Culture2030 sobre "La cultura i la pandèmia COVID-19"
Nacions Unides

[1] #Culture2030Goal Statement on "Culture and the COVID-19 pandemic".
http://www.agenda21culture.net/advocacy/culture-2030-goal
http://www.agenda21culture.net/sites/default/files/files/documents/multi/es_culture2030goal_declaration_culture_and_covid19_-_jul2020.pdf

Índex

Resum **vi**

Abstract **vii**

1 Justificació del projecte **1**

2 Marc teòric **3**

2.1 Sector cultural i creatiu 3

2.2 Els efectes de la COVID-19 i la cultura: reptes 4

2.3 Impacte econòmic 7

2.4 L'escenari postconfinament 9

2.5 Els museus 11

2.6 Cultura, l'Agenda 2030 i els ODS 13

3 Objectiu **15**

4 Metodologia **16**

4.1 Instrument: l'enquesta i distribució 17

4.2 Població 19

5 Resultats **20**

5.1 SECCIÓ A: DADES DE L'ORGANITZACIÓ 20

5.2 SECCIÓ B: ACCIONS EMPRESES PER LES ORGANITZACIONS . 25

5.3 SECCIÓ C: EFECTES ECONÒMICS ACTUALS DE LA COVID-19 EN LES ORGANITZACIONS 37

5.4 SECCIÓ D: EFECTES DE LA COVID-19 A LLARG TERMINI EN LES ORGANITZACIONS 40

5.5 SECCIÓ E: DISPONIBILITAT D'AJUDES I MESURES PÚBLIQUES I PRIVADES 44

6 Conclusions **54**

Bibliografia **58**

Informes **59**

A Enquesta **62**

Índex de figures

2.1 Sectors i subsectors de les diferents activitats culturals. A partir de: https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/642264/EPRS_BRI(2019)642264_EN.pdf 5

2.2 Definició de l'abast de l'ocupabilitat cultural: exemples. Font: Informe final d'ESSnet-Culture (2012). https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf 5

2.3 Accions de suport i mesures més populars a la UE perquè la cultura faci front a la pandèmia. https://keanet.eu/wp-content/uploads/Impact-of-COVID-19-pandemic-on-CCS_COE-KEA_26062020.pdf.pdf . 7

2.4 A partir de: "Xifres d'ocupabilitat al sector cultural europeu, 2019". https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/images/7/70/Fig1_Cultural_employment_2019.png 8

2.5 Dades extretes a partir de: http://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2020/cal-cop-de-ma 9

2.6 Punts forts i dèbils a partir de l'informe sobre "El Estado de la cultura en España 2020". 10

2.7 Dimensions temàtiques transversals dels Indicadors Temàtics per a la Cultura a l'Agenda 2030. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373570 14

5.1 Distribució de la mostra per parròquia. 21

5.2 Totals del subsector al qual pertany l'organització. 21

5.3 Identificador de resposta per individus del subsector al qual pertany. . . 22

5.4 Situació professional dels diferents agents. 23

5.5 Facturació anual de les organitzacions del SCC. 24

5.6 Tipologia d'accions desenvolupades pels diferents actors culturals durant el període de confinament. 26

5.7 Identificador de resposta per individus de les accions desenvolupades pels diferents actors culturals per enquestat. 26

5.8 Temps assignat a activitats diferents per part del SCC. 29
5.9 Sobre l'activitat gratuïta i el confinament. 30
5.10 Sobre les propostes per participar en iniciatives culturals gratuïtes. . . 31
5.11 Augment del consum cultural durant el confinament. 32
5.12 Consum de béns culturals i dedicació assignada. 34
5.13 Necessitats sorgides arran de la crisi. 36
5.14 Comparativa de la pèrdua d'ingressos entre el trimestre gener-març i l'abril-juny. 37
5.15 Grau d'afectació de la COVID-19 sobre les organitzacions. 39
5.16 Mesures derivades del confinament i efectes sobre les empreses i les organitzacions. 41
5.17 Canvis principals previstos en els mercats de béns i serveis culturals. . . 43
5.18 Accés als ajuts. 45
5.19 Valoració de les mesures desplegades per enfrontar-se a la crisi. 47
5.20 Institucions principals que han ofert ajuts. 48
5.21 Resposta dels enquestats als ajuts. 49
5.22 Percepció sobre la utilitat de les mesures. 51

Índex de taules

4.1 Estructura de l'enquesta 18
4.2 Fitxa tècnica de l'enquesta. 19

Resum

El Grup de recerca interdisciplinari en Educació (GRIE) de la Universitat d'Andorra (UdA) ha impulsat un estudi per conèixer l'impacte de la COVID-19 sobre el Sector Cultural i Creatiu (SCC) a Andorra. L'objectiu és identificar quines han estat les mesures i les estratègies utilitzades per adaptar-se als seus efectes i la disponibilitat de suport per a la recuperació d'un sector clau per a Andorra.

Amb aquesta finalitat s'ha dissenyat una enquesta inspirada en l'enquesta de l'equip Econcult (GIUV2016-297) de la Universitat de València en el marc del projecte Chebec, que ja ha estat aplicada a diferents territoris europeus, el que permetrà, en una segona fase, comparar els resultats d'Andorra amb els de les regions veïnes. L'enquesta està adreçada a tots els agents culturals i creatius del país (museus, monuments, teatres i cinemes, galeries d'art, biblioteques, artistes, gestors, etc.)

Els resultats permeten analitzar l'impacte de la crisi sobre el sector des d'una visió global, fer una radiografia de la situació en què es troba actualment, i entendre com s'han desplegat les polítiques públiques per pal·liar els efectes de la crisi. Després d'una resiliència inicial del sector, el pas següent han estat les pèrdues inequívoques, el que porta a repensar noves estratègies per adaptar-se a la crisi a mitja i llarg termini. Cal dissenyar nous models de negoci, noves estratègies d'organització, i en aquest sentit la digitalització s'identifica com a una aliada. Finalment, es destaca la necessitat d'un pla estratègic per fomentar la recuperació del sector. Els resultats són claus per impulsar el SCC un cop acabades les mesures de confinament, ja que ajudaran a comprendre millor quines polítiques culturals cal impulsar.

Paraules clau: Andorra, COVID-19, impacte, Sector cultural i creatiu.

Abstract

The Interdisciplinary Research Group in Education (GRIE) at the University of Andorra (UdA) has launched a study to find out the impact of COVID-19 on the Cultural and Creative Sector (CCS) in Andorra. The aim is to identify the measures and strategies that stakeholders have used to adapt to these effects and the availability of support for the recovery of a key sector for Andorra.

To this end, a survey inspired by the survey of the Econcult team (GIUV2016-297) from the University of Valencia has been designed. The survey from Valencia has already been applied to different European territories, and therefore will allow, in a second future phase, to compare the results of Andorra with those of the neighboring regions. The survey is aimed at all cultural and creative stakeholders in the country (museums, monuments, theaters and cinemas, art galleries, libraries, artists, managers, etc.).

Thus, the results allow us to analyze the impact of the crisis on the sector from a global perspective, get an x-ray of the current situation and analyze how public policies have been deployed to mitigate the effects of the crisis. After the initial resilience of the sector, the next step has been the unequivocal losses, which leads to rethinking new strategies to adapt to the crisis in the medium and long term. It will be necessary to design new business models, new organizational strategies, and in this sense, digitalization is identified as an ally. Finally, the need for a strategic plan to promote the recovery of the sector is highlighted. The results are key to promote the CCS once lockdown measures are over, as it will help to better understand what cultural policies need to be promoted.

Keywords: Andorra, COVID-19, impact, Cultural & Creative Sector (CCS).

1 | Justificació del projecte

La crisi actual ha posat de manifest la fragilitat de l'ecosistema cultural i creatiu amb el tancament, durant el confinament, de tots els equipaments culturals i, alhora, un alentiment de l'activitat del sector cultural, creatiu i artístic. Ha exposat clarament la fragilitat de l'ecosistema cultural, la precarietat dels llocs de treball i ha quedat palesa la inadequació o l'absència de les mesures públiques. L'impacte ha estat encara més significatiu en els esdeveniments la seva supervivència dels quals depèn de la venda d'entrades. Aquestes activitats s'han tancat o cancel·lat obligatòriament.

Paral·lelament, estan les organitzacions o institucions que es troben en una situació millor ja sigui per l'accés a la disponibilitat de diners públics, ja sigui perquè la seva activitat no requereix interacció social (per exemple, escriptors, art visual, que poden ser productius en el teletreball). No obstant això, totes elles comparteixen una precarietat en un futur incert[1].

Aquesta crisi és una amenaça estructural per a la supervivència de moltes empreses i treballadors del sector cultural i creatiu. Deixar enrere la part més fràgil del sector pot causar danys econòmics i socials d'un impacte considerable.

Tanmateix, la manca de cultura, un dels sectors més afectats per aquesta pandèmia mundial, ens porta a preguntar-nos sobre:

a. El paper de la cultura en els individus i en el nostre entorn.

   La COVID-19 ha colpejat durament les indústries culturals i creatives. Tot i així, aquest sector ha demostrat la seva resiliència, la seva creativitat i la seva innovació, i gràcies a les noves tecnologies han trobat noves solucions creatives per gaudir-ne de la cultura malgrat la impossibilitat i les limitacions de les representacions físiques en teatres i auditoris.

b. El paper que hauria de jugar la cultura en la recuperació d'aquesta crisi.

   L'imaginari d'Andorra no està relacionat amb la cultura. Per tant, hi ha una nova oportunitat per situar la cultura en el futur model de competitivitat d'Andorra i perquè la cultura esdevingui motor del canvi econòmic i social. Aquest podria ser

[1] Extret de: The impact of COVID-19 pandemic on the Cultural and Creative Sector. https://shorturl.at/bfgCT

el principal repte per a organitzacions i professionals culturals i creatius, i alhora un rol important a considerar en el desplegament de les polítiques culturals.

La nova situació requerirà nous enfocaments i solucions. Cal imaginar el futur de nou, malgrat els reptes socials, sanitaris i econòmics actuals. És per aquesta raó que aquest estudi aborda les mesures i l'impacte que el virus SARS-COV-2 ha tingut en el sector cultural i creatiu d'Andorra durant el període de confinament.

Mentre que moltes activitats vinculades a la restauració, l'oci i el turisme s'han reprès amb les mesures cautelars necessàries, per contra l'organització d'esdeveniments culturals ha estat durament colpejada, amb un alentiment, i fins i tot en molts casos, amb una aturada total de l'activitat cultural.

Per analitzar quin ha estat l'impacte de la COVID-19 sobre el sector cultural i artístic a Andorra s'ha passat als agents culturals una enquesta adaptada a partir de l'instrument dissenyat i validat per l'equip d'Econcult de la Universitat de València en el marc del projecte europeu Interreg MED "Chebec"[2] que té entre els seus objectius promoure la capacitació de les organitzacions culturals en matèria d'aprenentatge i internacionalització.

Amb l'objectiu de copsar l'impacte de la COVID-19 sobre el sector cultural i creatiu a Andorra, el Grup de Recerca Interdisciplinari en Educació (GRIE) de la Universitat d'Andorra, ha adaptat aquest instrument al context geogràfic i socioeconòmic d'Andorra, per passar l'enquesta al nombre més gran possible d'agents culturals.

Els resultats d'aquest informe a Andorra permetran presentar la cultura com a motor de desenvolupament d'Andorra en un escenari futur. Podem parlar de post confinament, però ara per ara no podem parlar d'un escenari post-COVID-19.

Per tant, aquest és principalment, un projecte de transferència a la societat que ha de contribuir a analitzar quin ha estat l'impacte d'aquesta pandèmia sobre el sector cultural i artístic. La informació recollida resultarà d'utilitat per a l'anàlisi de la situació actual. Oferirà una imatge de l'impacte de la COVID-19 sobre el sector cultural de tot un país i ajudarà a una millor comprensió de quines polítiques culturals seran necessàries per reactivar l'activitat cultural, creativa i artística, un cop finalitzat el confinament.

[2]Chebec Project: https://chebec.interreg-med.eu

2 | Marc teòric

2.1 Sector cultural i creatiu

Per Sector Cultural i Creatiu (SCC) s'entén: "tots els sectors les activitats dels quals es basen en valors culturals, o expressions artístiques o creatives. Inclouen: l'arquitectura, els arxius, les biblioteques i els museus, l'artesania artística, el patrimoni cultural tangible i immaterial audiovisual, el disseny, els festivals, la música, la literatura, les arts escèniques, el món editorial, la ràdio i les arts visuals. Les arts i les activitats creatives tenen un paper crucial en el benestar i la cohesió de la comunitat, donant forma als valors; representen la clau per assegurar la llibertat d'expressió i la innovació"[1].

"Segons un informe d'ESSnet-Culture en parlar de les ocupacions culturals, aquestes inclouen: artistes creatius i escènics, autors i periodistes, arquitectes, fotògrafs, dissenyadors d'interiors i decoradors, a més de professors de música, arts i idiomes, bibliotecaris, arxivers i comissaris i lingüistes com ara traductors i intèrprets. La noció també inclou tècnics de galeries, museus, biblioteques, sectors audiovisuals i audiovisuals, fabricants d'instruments musicals i afinadors, treballadors de joies i metalls preciosos i diversos treballadors d'artesania. Les dades estadístiques sobre ocupacions culturals també fan referència a professionals associats artístics i culturals que abasten sectors com la impressió i reproducció de suports gravats, fabricació d'instruments musicals, publicació de llibres, publicacions periòdiques i altres activitats editorials, producció de programes de cinema, vídeo i televisió, gravació de so i activitats d'edició musical, programació i difusió, activitats creatives, artístiques i d'entreteniment, biblioteques, arxius, museus i altres activitats culturals."[2] (veure la Figura 2.1).

L'informe ESSnet-Culture[3] assenyala les tres situacions d'ocupació cultural al sector que ens contemplen a la matriu següent i que poden estar dins o fora del sector cultural (veure la Figura 2.2).

[1] Extret de: https://shorturl.at/bfgCT

[2] Employment in the cultural and creative sectors. European Parliament Think Tank (p. 6). https://www.europarl.europa.eu/thinktank/en/document.html?reference=EPRS_BRI(2019)642264

[3] ESSnet-Culture project, co-financed by the European Commission. https://ec.europa.eu/eurostat/documents/341465/3199631/essnet-culture.pdf/a6518128-69b3-4d89-82b8-060a3ad0d1d5

a. Una persona assalariada/empleada, amb una ocupació cultural que treballa al sector cultural (per exemple, una ballarina de ballet que treballa una empresa de ballet o un periodista que treballa per a un diari).

b. Una persona assalariada/empleada, amb una ocupació cultural fora del sector cultural (per exemple, un dissenyador que treballa a la indústria dels vehicles de motor).

c. Una persona assalariada/empleada, amb una ocupació no cultural al sector cultural (per exemple, un comptable que treballa en una editorial).

La Figura 2.1 reflecteix la dificultat per delimitar els dominis culturals. Les delimitacions tenen alhora un impacte en les dades estadístiques i la seva interpretació[4]. Conseqüentment poden donar lloc a diferents decisions econòmiques i laborals.

2.2 Els efectes de la COVID-19 i la cultura: reptes

La crisi mundial provocada pel Coronavirus i pel confinament que han patit la majoria de països ha afectat de ple i sense excepcions a tots els àmbits de la societat[5]. Les arts i la cultura no ha estat una excepció. Si bé és cert que en el període de post confinament una part important de l'activitat econòmica recuperat la normalitat progressivament, en el cas del sector cultural i creatiu els efectes van més enllà del confinament amb un alentiment i una pràctica paralització del sector.

El tema de distanciament planteja nous escenaris que limiten l'aforament dels espais i suposen unes limitacions en l'organització d'esdeveniments culturals. Per tant, es requereix imaginar el futur de nou malgrat els obstacles derivats d'aquesta crisi.

Amb l'objectiu d'identificar els reptes clau i les possibles llacunes o necessitats no abordades per les administracions i els responsables polítics, des de *Culture Action Europe* i l'*European Cultural Foundation*[6] es van cartografiar les iniciatives i les mesures d'emergència dutes a terme a tota Europa per abordar els efectes de la COVID-19 sobre la cultura, les arts i els sectors creatius[7]. La voluntat final és entendre quins són els principals reptes als quals s'enfronten les organitzacions i el sector cultural i creatiu, alhora que es vol contribuir a generar noves idees per a futurs escenaris incerts.

[4]Per exemple, les arts escèniques no inclouen les actuacions musicals en directe, que s'inclouen en el sector de la "música"de la indústria cultural. La fotografia pertany a les arts visuals, que es consideren obres prototips i no reproduïbles, mentre que el disseny gràfic figura a les indústries creatives que poden ser industrials o basades en prototips.

[5]https://cultureactioneurope.org/files/2020/06/Covid_19_solidarity_paper_v03.pdf

[6]COVID-19 Solidarity and Emergency Response in Europe.
https://cultureactioneurope.org/news/covid-19-solidarity-and-emergency-response-in-europe-in-arts-culture-cultural-heritage-and-creative-sectors/

[7]Compendium Cultural Policies and Trends.
https://www.culturalpolicies.net/covid-19/online-initiatives/

Table 1 – Sectors, sub-sectors and two circles of cultural activities

CIRCLES	SECTORS	Sub-sectors	Characteristics
CORE ARTS FIELD	Visual arts	Crafts, paintings, sculpture, photography	Non-industrial activities. Output and prototypes and 'potentially copyrighted works' (i.e. these works have high density of creation that would be eligible to copyright but they are however not systematically copyrighted, as it is the case for most craft works, some performing arts production and visual arts, etc.).
	Performing arts	Theatre, dance, circus, festivals	
	Heritage	Museums, libraries, archaeological sites, archives	
CIRCLE 1: CULTURAL INDUSTRIES	Film and video		Industrial activities aimed at massive reproduction. Outputs are based on copyright.
	Television and radio		
	Video games		
	Music	Recorded music material, live music performances, revenues of collecting societies in the music sector	
	Books and press	Book publishing, magazine and press publishing	
CIRCLE 2: CREATIVE INDUSTRIES AND ACTIVITIES	Design	Fashion design, graphic design, interior design, product design	Activities are not necessarily industrial and may be prototypes. Although outputs are based on copyrights, they may include other intellectual property inputs (trademark for instance). The use of creativity (creative skills and creative people originating from arts field and in the field of cultural industries) is essential to the performance to these non-cultural sectors.
	Architecture		
	Advertising		

Source: The Economy of culture in Europe; KEA; Study for the European Commission, October 2006.

Figura 2.1: Sectors i subsectors de les diferents activitats culturals. A partir de: https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/642264/EPRS_BRI(2019)642264_EN.pdf

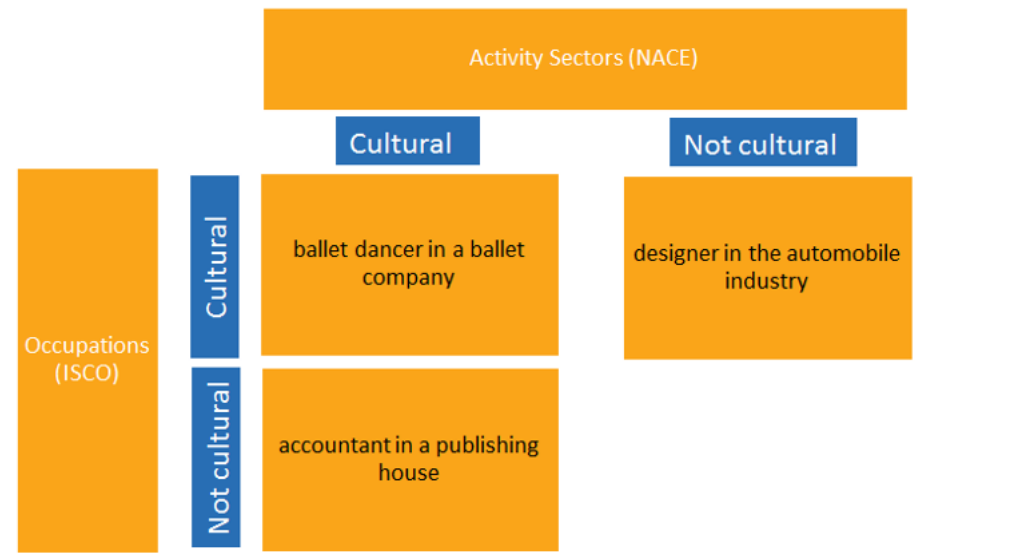


Figura 2.2: Definició de l'abast de l'ocupabilitat cultural: exemples. Font: Informe final d'ESSnet-Culture (2012). https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/reports/ess-net-report_en.pdf

Els **reptes claus** identificats a través dels enquestats de l'enquesta CAE-ECF són[8]:

- La incertesa actual i sobre el futur. Senten una gran incertesa sobre el futur dels processos culturals i creatius més enllà del 2020
- La pèrdua temporal tant de llocs de treball com d'ingressos, degut al tancament de: locals d'art i tallers, a la cancel·lació de carteres completes programades d'activitats culturals i educatives, la mobilitat internacional, les gires, la formació i altres serveis, han provocat greus problemes financers.
- La vulnerabilitat del sector cultural independent i dels artistes i treballadors culturals i creatius autònoms. Afectats per l'atur temporal i la impossibilitat d'exercir les seves ocupacions principals, molts d'ells no són elegibles pels sistemes nacionals de seguretat social.
- La majoria dels enquestats manifesten la necessitat de suport per al canvi digital, així com suport per reinventar les seves cadenes de valor mitjançant noves eines i tecnologia.

L'informe KEA[9] (Kern 2020) va identificar, de diverses fonts[10], prop de 500 **accions de suport** individuals realitzades en l'àmbit nacional per part dels governs i altres institucions públiques i privades. Tot i que algunes mesures tenen un abast econòmic mundial, un gran nombre s'adapta al SCC.

Es proposa una tipologia de mesures de suport amb les 8 categories següents:

1. Ajuts estructurals / per a projectes
2. Ampliació / derivació de mesures de suport ja existents
3. Règims d'atur
4. Préstecs / Garanties de préstecs
5. Exempció / ajornament / derivació d'obligacions legals (impostos, lloguer, etc.)
6. Avançament de pagaments

[8] Eurostats Cultural Statistics.
https://cultureactioneurope.org/news/covid-19-solidarity-and-emergency-response-in-europe-in-arts-culture-cultural-heritage-and-creative-sectors
https://cultureactioneurope.org/files/2020/06/Covid_19_solidarity_paper_v03.pdf

[9] Kern. Ph. (2020) KEA.
https://keanet.eu/wp-content/uploads/Impact-of-COVID-19-pandemic-on-CCS_COE-KEA_26062020.pdf.pdf

[10] KEA (2020). Visualisation Map.
https://keanet.eu/wp-content/uploads/COVID-19-mapping-methodological-considerations.pdf

7. Recursos d'informació

8. Bonificacions per a autònoms

La Figura 2.3 indica que **les mesures més populars a la UE** són les que es troben lligades a la disponibilitat d'ajuts públics, l'ajornament de les obligacions legals i els esquemes de protecció social.

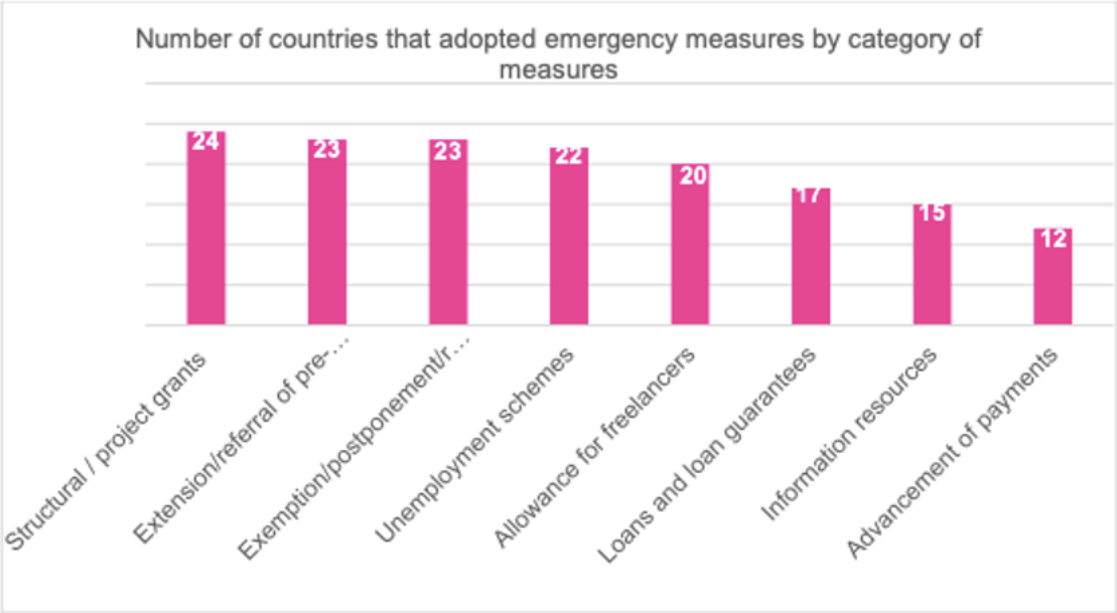


Figura 2.3: Accions de suport i mesures més populars a la UE perquè la cultura faci front a la pandèmia. https://keanet.eu/wp-content/uploads/Impact-of-COVID-19-pandemic-on-CCS_COE-KEA_26062020.pdf.pdf

2.3 Impacte econòmic

> "Along with the tourism sector, cultural and creative sectors (CCS) are among the most affected by the corrent crisis, with jobs at risk ranging from 0.8 to 5.5% of employment[11] across OECD regions..."[12]

Segons dades d'Eurostat[13], el 2019, a la UE-27 hi havia 7.4 milions de persones que realitzaven una activitat cultural o tenien una ocupació cultural. Aquest nombre de

[11]Employment in the Cultural and Creative Sector. https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/642264/EPRS_BRI(2019)642264_EN.pdf

[12]Culture Schock: COVID-19 and the cultural and creative sectors. https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/culture-shock-covid-19-and-the-cultural-and-creative-sectors-08da9e0e/#section-d1e44

[13]Eurostat: Cultural Statistic-Cultural Employment. https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_cultural_employment

persones ocupades equivalia al 3.7% del total de persones ocupades a tota l'economia de la UE-27. En tots els estats membres de la UE, menys a tres, la majoria de les persones amb ocupació cultural tenien un nivell acadèmic terciari i la proporció de persones que treballaven per compte propi en el camp de la cultura a la UE-27 va ser més del doble de la mitjana observada per a tota l'economia (veure la Figura 2.4).[14]

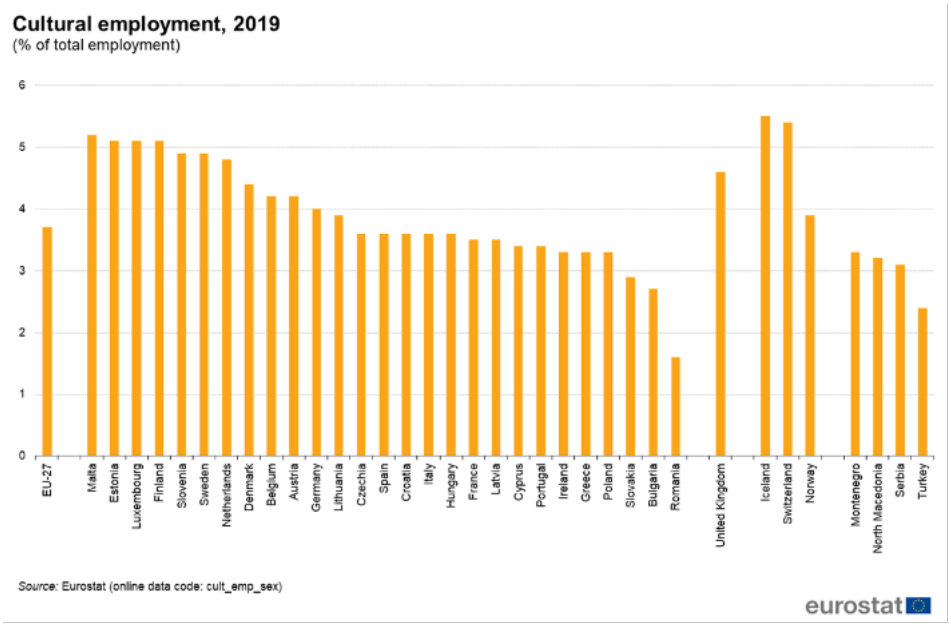


Figura 2.4: A partir de: "Xifres d'ocupabilitat al sector cultural europeu, 2019". https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/images/7/70/Fig1_Cultural_employment_2019.png

En relació a la previsió de l'impacte econòmic[15], l'ICOM[16] observa que malgrat les diferents percepcions, en funció de la regió del món, el tret comú compartit és que la reducció de finançament, tant públic com privat, afectarà a escala global a tots els museus (veure la Figura 2.5). El 82.6% dels entrevistats preveu retallades als programes, el 29.8% pronostica una reducció de personal, i el 12.8% tem pel tancament dels museus on treballen.

En un informe recent sobre "El estado de la cultura en España 2020. La acción cultural exterior de España, análisis y propuestas para un nuevo enfoque"[17] (Corredor 2020; Bustamante i Ballesteros 2020) en l'anàlisi de la situació de la cultura, ofereix dues fotografies (veure Figura 2.6) dels punts més forts i més febles. Mentre que la

[14]Culture Statistics.
https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/pdfscache/44958.pdf

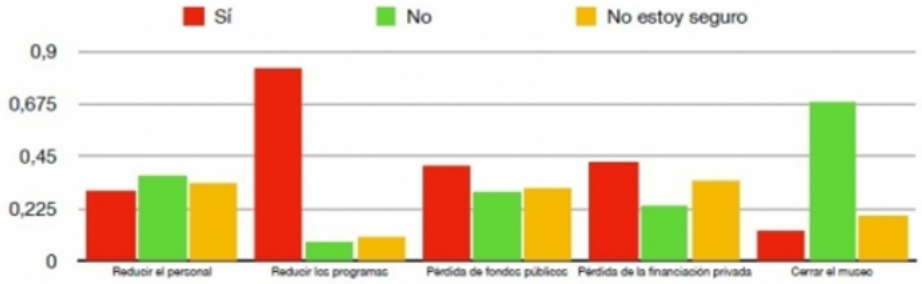
[15]Washington.ArtsFund surveyed arts, cultural, and scientific nonprofits to track impacts of the COVID-19 pandemic: https://www.artsfund.org/covid-19-arts-sector-impacts/

[16]L'ICOM Museos, profesionales de los museos y COVID-19
http://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/museos_profesionales_de_los_museos_y_covid-19.pdf

[17]Ballesteros, I.(dir) (2020). El estado de la cultura en España (2020).
https://www.fundacionalternativas.org/public/storage/publicaciones_archivos/78ec608c0961f46fd8c132501430a254.pdf

Impacto económico previsto

	Reducir el personal	Reducir los programas	Pérdida de fondos públicos	Pérdida de la financiación privada	Cerrar el museo
Sí	29,8 %	82,6 %	40,4 %	42,5 %	12,8 %
No	36,8 %	7,6 %	28,8 %	23,6 %	67,8 %
No estoy seguro	33,4 %	9,8 %	30,8 %	33,8 %	19,2 %



ICOM - Consejo Internacional de Museos

Figura 2.5: Dades extretes a partir de: http://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2020/cal-cop-de-ma

qualificació mitjana de la cultura a Espanya se situa en un 5.1, els gestors culturals són una mica més positius que els artistes en les seves respostes, i valoren fins a un 5.6.

2.4 L'escenari postconfinament

Amb la declaració de l'estat d'alarma el passat 13 de març del 2020 i el confinament, l'activitat cultural va patir les conseqüències directes amb ajornaments i cancel·lacions multitudinàries que van suposar una paralització gairebé total de l'activitat cultural.

Amb l'arribada de l'anomenada "nova normalitat" la situació de les indústries culturals és un dels sectors més colpejats per la crisi generada per la pandèmia mundial. De manera molt discreta, i sempre sota l'estricte compliment de les mesures sanitàries i de seguretat, en una etapa de postconfinament, s'han realitzat alguns espectacles dels que estaven programats, però sempre amb un aforament reduït, ja que la realitat d'aforaments al cent per cent, ara per ara, és una realitat llunyana.

La impossibilitat de poder programar i omplir els escenaris està portant al SCC i a les seves indústries a una situació límit.

En aquest context neix **"Alerta Roja – Hacemos Eventos"**[18]. Es tracta d'un moviment d'unificació sectorial de la indústria de l'espectacle i els esdeveniments culturals vinculat al moviment internacional **"#WeMakeEVents"** i **"#RedAlert"**, que comparteixen un objectiu: aconseguir que tant el Consell d'Europa com el Parlament

[18]Alerta Roja: https://alertarojaeventos.com

Figura 2.6: Punts forts i dèbils a partir de l'informe sobre "El Estado de la cultura en España 2020".

Europeu aprovin les mesures necessàries per protegir la indústria cultural, i molt especialment els drets dels seus treballadors.

El sector reivindica poder beneficiar-se de les mesures urgents a curt i mitjà termini per pal·liar els efectes que la pandèmia ha produït sobre el SCC.

A tall d'exemple del que suposa aquesta aturada cultural en les economies dels països veïns, a Espanya, on el sector aglutina 700.000 llocs de treball directes o indirecte, té un impacte directe estimat en el teixit econòmic del 3.8% sobre el PIB[19].

Pel que a fa a escenaris futurs, el mes d'octubre del 2020 s'ha posat en marxa un estudi pilot, alhora que pioner, de l'hospital Can Ruti a la Sala Apolo de Barcelona, liderat pels doctors Bonaventura Clotet i Boris Revollo, i amb el suport de Primavera Sound. L'experiment consisteix en concentrar a més de mil persones en el mateix dia a un concert, els quals hauran de portar mascareta i usar gel[20].

2.5 Els museus

> "En una situació en què milers de persones de tot el món estan separades unes de les altres, els museus poden unir-nos".
>
> Ernesto Ottone R., Subdirectir Gal. De Cultura de la UNESCO.[21]

El sector dels museus ha patit, com la resta del sector, els efectes devastadors de la crisi, obligant a tancar-los durant el confinament de la primavera del 2020 i en alguns casos, en no poder garantir l'aforament i les mesures de distanciament, a dia d'avui, molts encara no ha reobert les seves portes i presenten un futur incert.

L'aturada forçosa i tancament conseqüent, ha comportat un greu impacte econòmic, i també social si tenim en compte el rol que hi juguen els museus en el teixit cultural i social[22]. Molts han estat capaços de reinventar-se per adaptar-se a un entorn canviant i certament hostil. Això ha permès idear un nou funcionament dels museus i, en alguns casos, han arribat a esdevenir espais d'inspiració en temps incerts.

La pandèmia no ha fet distincions i ha obligat a tancar als grans i als petits. Segons la UNESCO[23], s'estima que van tancar de manera total o parcial un 90% dels

[19] Dades de: https://laultimahora.es/17-s-alerta-roja-sin-tecnicos-no-hay-cultura

[20] A partir de: https://www.lavanguardia.com/musica/20201004/483849195904/manel-clotilde-fest-covid.html

[21] UNESCO Los museos ante los desafíos de COVID-19. https://es.unesco.org/news/museos-desafios-covid-19-continuan-comprometidos-comunidades

[22] Museos y COVID-19: 8 pasos para apoyar la resiliencia de las comunidades. https://icom.museum/es/news/museos-y-covid-19-8-pasos-para-apoyar-la-resiliencia-de-las-comunidades/

[23] The Economic Impact of Coronavirus on the Arts and Culture Sector.

aproximadament 60.000 museus del món[24].

Organitzacions com la UNESCO han fet un seguiment de l'impacte de la crisi sobre el sector des del primer moment[25].

L'ICOM i la UNESCO han publicat els informes *"Museos, profesionales de los museos y COVID-19"* i *"Museums Around the World in the Face of COVID-19"* respectivament, informes que permeten analitzar la situació a escala global.

Instruments:

ICOMOS
INFORME Museos, profesionales de los museos y COVID-19:
http://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/museos_profesionales_de_los_museos_y_covid-19.pdf

UNESCO
MUSEUMS AROUND THE WORLD IN THE FACE OF COVID-19:
http://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/museums_around_the_world_in_the_face_of_covid-19.pdf

ICOM va publicar un primer estudi resultant d'una enquesta. Els resultats mostraven una situació desastrosa per als museus i els seus professionals, amb el 95% de les institucions culturals en l'àmbit mundial obligades a tancar. Per tal de reunir més informació i dades addicionals sobre la forma en què l'actual brot de la COVID-19 està afectant i afectarà el sector cultural a curt i llarg termini. En la línia de l'enquesta anterior, i amb l'objectiu de fer una anàlisi del comportament de la crisi sobre el sector, l'ICOM ha llençat una **segona enquesta mundial**[26]. Els resultats no tan sols ajudaran a comprendre millor la tendència de la crisi, també ajudaran a identificar les necessitats dels museus i els seus professionals, a curt i llarg termini.

NEMO (Network of European Museum Organisations) elabora una enquesta[27] per assenyalar l'impacte de la COVID-19 al sector dels museus, amb prop de 1.000 respostes

https://www.americansforthearts.org/by-topic/disaster-preparedness/the-economic-impact-of-coronavirus-on-the-arts-and-culture-sector

[24]Extret de:
https://es.unesco.org/news/museos-desafios-covid-19-continuan-comprometidos-comunidades
Es pot consultar l'informe complet: ICOM: Museos, profesionales de los museos y COVID-19.
http://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/museos_profesionales_de_los_museos_y_covid-19.pdf

[25]UNESCO Culture & COVID-19: Impact and Response Tracker.
https://en.unesco.org/news/culture-covid-19-impact-and-response-tracker

[26]Enquesta de seguiment: Museos, profesionales de museus y COVID-19 Enquesta de l'ICOM, fins al 5 d'octubre.

[27]Informe NEMOS survey on the impact of COVID-19 situation on museums in Europe.
https://cercles.diba.cat/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=46336

analitzades procedents de museus de 48 països, tot i que majoritàriament d'Europa. Les conclusions recullen l'impacte de la pandèmia en el moment de confinament, però alerta de l'impacte sense precedents que tindrà als museus de tot el món. Dels resultats se'n deriven recomanacions a curt, mitjà i llarg termini:

1. Suport econòmic a les operacions dels museus
2. Inversió en patrimoni cultural digital
3. Adaptar els museus perquè siguin aptes per a la crisi

Americans for the Arts va posar en marxa una enquesta per capturar l'impacte econòmic del coronavirus sobre artistes, organitzacions artístiques i agències d'art[28].

2.6 Cultura, l'Agenda 2030 i els ODS

La cultura és un pilar dels objectius del desenvolupament sostenible de l'Agenda 2030. Amb l'objectiu de **mesurar i monitoritzar com la cultura contribueix a la implementació dels ODS de l'Agenda 2030**, s'han establert 22 d'indicadors que s'agrupen en 4 dimensions temàtiques transversals:

1. Medi ambient i resiliència
2. Prosperitat i sosteniment
3. Coneixement i habilitats
4. Inclusió i participació

Cada dimensió combina diferents objectius i metes dels ODS per poder reportar la manera multifacètica i el caràcter transversal de la contribució de la cultura al desenvolupament sostenible. Les quatre dimensions temàtiques engloben els 22 indicadors que es recullen a la Figura 2.7.

L'estratègia UE2020(30) que estableix els objectius de desenvolupament a Europa per a la propera dècada, conté cinc grans objectius en què caldria quina és la contribució del sector cultural[29]:

[28] The Economic Impact of Coronavirus on the Arts and Culture Sector. https://www.americansforthearts.org/by-topic/disaster-preparedness/the-economic-impact-of-coronavirus-on-the-arts-and-culture-sector

[29] A partir de: https://ec.europa.eu/eurostat/documents/341465/3199631/essnet-culture.pdf/a6518128-69b3-4d89-82b8-060a3ad0d1d5

Figura 2.7: Dimensions temàtiques transversals dels Indicadors Temàtics per a la Cultura a l'Agenda 2030. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373570

a. Ocupació: caldria analitzar quin és l'impacte del sector de la cultural sobre l'ocupabilitat. També identificar el paper que juga la cultura en la implicació i compromís (engagement) de persones amb competències altes en educació, i com la cultura pot contribuir a millorar la desigualtat de gènere[30].

b. R+D+I: analitzar l'impacte de la cultura sobre el creixement econòmic i de competitivitat d'Europa. Analitzar el potencial de la creativitat i les idees innovadores en el sector cultural que contribueix la investigació i el desenvolupament, així com innovació en altres sectors.

c. Canvi climàtic/energia: a partir dels eixos principals de disminució de les emissions de gases d'efecte hivernacle, la implementació d'energies renovables i l'augment de l'eficiència energètica, analitzar com el sector cultural pot contribuir en la difusió d'idees de creixement i desenvolupament sostenibles, així com la reducció del gas verd i ajudar a promoure l'estalvi energètic i l'ús de les energies renovables.

d. Educació: com la cultura pot influir en la reducció de l'abandonament escolar, i quin és el seu paper en la formació al llarg de la vida.

e. Pobresa i exclusió social: el rol de la cultura en reduir les persones en situació de risc o pobresa. La cultura i la promoció de la inclusió social (ocupació i participació social).

[30] Veure la Figura 7 a:
https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/pdfscache/44958.pdf

3 | Objectiu

Aquest estudi té com a objectiu general:

Analitzar la resposta del patrimoni, els museus, els monuments i el sector cultural i creatiu a Andorra davant la crisi de la COVID-19

Pel que fa als objectius específics, s'examinaran:

- Els efectes de la COVID-19 a les organitzacions del Sector Cultural i Creatiu (SCC) d'Andorra.
- Les mesures i estratègies utilitzades per adaptar-se a aquests efectes.
- La disponibilitat de suport per a la recuperació d'un sector clau per a l'economia.

Pel que fa als beneficis, aquest és un projecte de transferència a la societat. La informació recollida resultarà d'utilitat per a l'anàlisi de la situació actual. Els resultats han d'ajudar a:

- Identificar com desplegar polítiques públiques per pal·liar els efectes de la crisi.
- Identificar com impulsar la recuperació un cop acabin les mesures de confinament.

4 | Metodologia

L'enquesta realitzada a Andorra a tots els agents culturals per conèixer l'impacte de la COVID-19 sobre el sector cultural i artístic és una adaptació de l'enquesta "Econcult sobre l'impacte de la COVID-19 sobre el sector cultural i creatiu"[1] de la Universitat de València, un estudi dirigit pel Pau Rausell i el Raúl Abeledo com a investigador principal d'aquest (Abeledo 2020).

Aquest estudi té el seu origen en el marc del projecte europeu Chebec. La recerca es va ampliar a l'àmbit espanyol[2], al mig centenar d'organitzacions beneficiàries de Chebec, per analitzar les conseqüències i les implicacions de la crisi sanitària sobre el sector cultural. A tal efecte es va dissenyar una enquesta amb els objectius següents:

1. Analitzar l'impacte a curt i mitjà termini de la crisi de la COVID-19 sobre el Sector Cultural i Creatiu (SCC).

2. Analitzar les estratègies d'adaptació de les organitzacions durant la incertesa del confinament.

3. Avaluar la disponibilitat d'ajuts destinats al sector cultural a Espanya, així com la seva valoració per part dels destinataris.

Per tirar endavant aquest estudi es va contactar amb els investigadors responsables del projecte d'Econcult de la Universitat de València per conèixer l'estudi més de prop i explorar les possibilitats de replicar l'enquesta a Andorra. La col·laboració va ser immediata i a tal efecte es va signar un conveni de col·laboració.

Per tal de poder gestionar les dades es va replicar l'enquesta i es van fer les modificacions necessàries per encaixar-la a la realitat socioeconòmica d'Andorra. El

[1] Accés a l'informe principal de la Universitat de València: "Impacte sobre el COVID-19 en el sector cultural i creatiu"
http://www.econcult.eu/wp-content/uploads/2020/06/Avance-Resumen-Ejecutivo-Encuesta-COVID-19-1.pdf

[2] País Valencia: 400 agents; Canàries: 74 agents; Galícia: 56 agents; C. de Madrid: 55 agents; Catalunya: 47 agents; Andalusia: 39 agents; Astúries: 22 agents; Aragó: 20 agents; Resta de CC.AA: 52 agents; Internacional: beneficiaris del projecte Chebec. 50 organitzacions representant les regions MED de Sarajevo Bòsnia-Hercegovina, Bolonya, la regió del Lazio (Roma), Marsella i Lió, Alentejo, Barcelona (Ajuntament de Barcelona i l'ICUB), Sevilla (Cambra de Comerç de Sevilla) i País Valencià (UV).

fet que ja estigui validada científicament per experts d'altres universitats suposa un aval important i necessari[3]. El fet d'allotjar l'enquesta als servidors de la Universitat d'Andorra ens permet poder gestionar i tractar les dades directament.

En una primera fase es replicarà l'estudi validat per la Universitat de València a Andorra, cosa que permetrà obtenir les dades del sector cultural, creatiu i artístic de tot un país. Posteriorment, en una segona fase si s'escau, es podran comparar els resultats d'Andorra amb la resta de territoris de l'enquesta Econcult i beneficiaris del projecte Chebec.

4.1 Instrument: l'enquesta i distribució

La informació sobre els efectes de la pandèmia sobre la cultura a Andorra és un estudi de caràcter quantitatiu. Les dades han estat recollides a través d'una enquesta telemàtica[4] amb l'eina *LimeSurvey*[5]. L'enquesta ha estat distribuïda per diferents canals, és completament anònima i el temps de resposta estimat va ser d'uns deu minuts.

Amb l'objectiu d'arribar a la totalitat dels agents culturals i creatius del nostre territori l'enquesta es va distribuir per diferents canals:

a. Publicació al web de la Universitat d'Andorra[6].

b. Xarxes socials de la Universitat d'Andorra (Twitter, LinkedIn, Instagram i Facebook)[7].

c. Correu electrònic amb un total de 284 adreces.

d. Plataforma de participació ciutadana[8]. La posada en marxa d'aquest estudi coincideix amb l'elaboració del *Llibre Blanc de la Cultura a Andorra*. És per això que es va contactar amb el seus responsables per poder distribuir l'enquesta a través de les eines desplegades per a l'elaboració del Llibre Blanc. L'enquesta es

[3] Accés a l'enquesta de la Universitat de València d'Econcult:
http://www.econcult.eu/surveys/index.php/285561?lang=es

[4] Accés a l'enquesta d'Andorra:
https://surveys.uda.ad/index.php/143226

[5] https://www.limesurvey.org/

[6] https://www.uda.ad/luda-analitzara-limpacte-de-la-covid-19-sobre-el-sector-cultural-i-creatiu-dandorra/

[7] https://twitter.com/UdAndorra/status/1275776531047030785
https://www.uda.ad/recerca/escola-internacional-de-doctorat/grups-recerca/grup-de-recerca-interdisciplinari-en-educacio/#1578037973803-3522b9af-9b95

[8] Processos participatius i iniciatives ciutadanes:
https://www.visc.ad/processes/EnquestaUdA

va poder penjar a la plataforma de participació ciutadana del Llibre blanc de la Cultura[9] fet que va permetre ampliar-ne la distribució.

e. Publicació a diferents mitjans de comunicació (Bon Dia, Diari d'Andorra, ara.ad, Cadena SER, etc.). També es va fer arribar a tots els mitjans de comunicació d'Andorra per assegurar que tots els agents interessats poguessin participar-hi[10].

f. Contacte amb la CNAU i l'ICOM Andorra perquè en fessin difusió de l'enquesta entre els seus associats.

L'enquesta s'estructura en cinc gran seccions, que apleguen un total de 22 preguntes:

Secció	**Preguntes**
SECCIÓ A: DADES DE L'ORGANITZACIÓ Descripció de les organitzacions que ha respost l'enquesta.	4 preguntes
SECCIÓ B: ACCIONS EMPRESES PER LES ORGANITZACIONS Anàlisi de les estratègies d'adaptació a la crisi, així com la identificació de les necessitats futures.	6 preguntes
SECCIÓ C: EFECTES ECONÒMICS ACTUALS DE LA COVID-19 EN LES ORGANITZACIONS: Anàlisi dels efectes a curt termini.	3 preguntes
SECCIÓ D: EFECTES DE LA COVID-19 A LLARG TERMINI EN LES ORGANITZACIONS Anàlisi dels efectes a llarg termini.	2 preguntes
SECCIÓ E: DISPONIBILITAT D'AJUDES I MESURES PÚBLIQUES I PRIVADES Valoració del nombre d'ajuts i propostes de millora.	7 preguntes

Taula 4.1: Estructura de l'enquesta

[9] https://www.visc.ad/search?term=%23Cultura

[10] https://www.ana.ad/
https://www.ara.ad/societat/UdA-coneixer-COVID-19-cultural-Andorra_0_2477752278.html
https://www.bondia.ad/societat/luda-impulsa-un-estudi-coneixer-limpacte-de-la-covid-19-sobre-el-sector-cultural-i-creatiu
https://forum.ad/luda-analitzara-limpacte-de-la-covid-19-sobre-el-sector-cultural-i-creatiu-dandorra/
https://www.altaveu.com/actualitat/cultura/uda-analitzara-impacte-covid-19-sobre-sector-cultural-creatiu-andorra_21119_102.html
https://www.elperiodic.ad/noticia/79782/luda-estudia-limpacte-de-la-covid-19-en-els-sectors-culturals
https://cadenaser.com/emisora/2020/06/25/radio_ser_principat_d_andorra/1593080347_841365.html

4.2 Població

L'enquesta està adreçada a tots els agents dels sector cultural i creatiu d'Andorra. Es va realitzar per Internet (via telemàtica) entre els dies 1 de juny i 15 de juliol de 2020 (veure Taula 4.2).

Finalment, es va obtenir un nombre de respostes vàlides de 42 d'un univers de població estimat de 380 agents culturals i creatius a Andorra[11].

- L'univers de l'enquesta a Andorra s'estima al voltant de 380 agents del sector cultural, artístic i creatiu.
- El marge d'error, per un nivell de confiança del 99% i màxima indeterminació és del 18%.
- El nombre total de respostes vàlides a l'enquesta dins el període ha estat de 42 respostes.
- El procés de mostreig és no probabilístic amb la metodologia de taca d'oli (Pavía, Rausell Köster, Marco Serrano, & Coll Serrano, 2011)

Univers de l'enquesta	Agents culturals, artístics i creatius d'Andorra (població estimada: 380 agents)
Mida de la mostra	Nombre de respostes totals 115 nombre de respostes vàlides 42
Data d'inici i final de l'enquesta	24 de juny fins el 15 de juliol 2020
Recol·lecció de dades	Qüestionari telemàtic online dissenyat i gestionat amb el programari *LimeSurvey*
Institució responsable	El disseny de l'enquesta és de l'equip Econcult (Universitat de València). Les modificacions per adaptar-la al context cultural social i econòmic d'Andorra, així com el processament de les dades recollides, és responsabilitat del GRIE de la Universitat d'Andorra.

Taula 4.2: Fitxa tècnica de l'enquesta.

[11] El càlcul de l'univers de població és estimat a partir de la base de dades de 280 adreces de correu electrònic, d'institucions, organitzacions i agents culturals freelance, juntament amb un nombre incert de respostes obtingudes a partir de la difusió de les xarxes socials i de la Plataforma de participació ciutadana. Per tant, s'estima que possiblement l'enquesta ha arribat a més del 90% dels agents culturals. Es van rebre 115 respostes de les quals, només es van completar 42.

5 | Resultats

En aquest apartat es presenten els resultats a partir de l'estructura de l'enquesta que s'ha mostrat en la Taula 4.1.

5.1 SECCIÓ A: DADES DE L'ORGANITZACIÓ

Aquesta primera secció permet descriure les característiques de la tipologia dels agents culturals que han participat en l'enquesta. Les respostes permeten descriure des de la seva distribució territorial, el sector concret al qual pertanyen, la situació professional i a mida de l'organització a través de la facturació.

A1. A quina parròquia pertany la seva organització?

La distribució territorial dels enquestats (veure Figura 5.1) mostra que el nombre més gran de respostes procedeix de la parròquia d'Andorra la Vella, i el menor de Canillo. En l'altre extrem, destaca la parròquia de Sant Julià de Lòria, que acostuma a abanderar l'etiqueta de parròquia cultural i universitària.

A2. Dins el Sector Cultural i Creatiu (SCC), a quin subsector pertany la seva organització?

La Figura 5.2 mostra diferències significatives en relació amb la distribució dels enquestats per sectors. El subsector més representat es troba dins la categoria de les Arts escèniques amb un 40.48%, seguits pel subsector de les Arts visuals amb poc més del 28% (28.57%) i molt a prop, amb gairebé un 24%, pel subsector de la gestió de llocs de Patrimoni Cultural. El subsector de la literatura representa un 14.29%, mentre que del disseny i les arts aplicades representa prop d'un 4.76%, la mateixa xifra que el subsector de l'arquitectura.

Aquesta pregunta admet més d'una resposta possible. La Figura 5.3 permet veure el detall de resposta per a cada un dels enquestats. Mentre que la pràctica totalitat han triat un sol subsector, el que pot ser interpretat com a una marcada especialització,

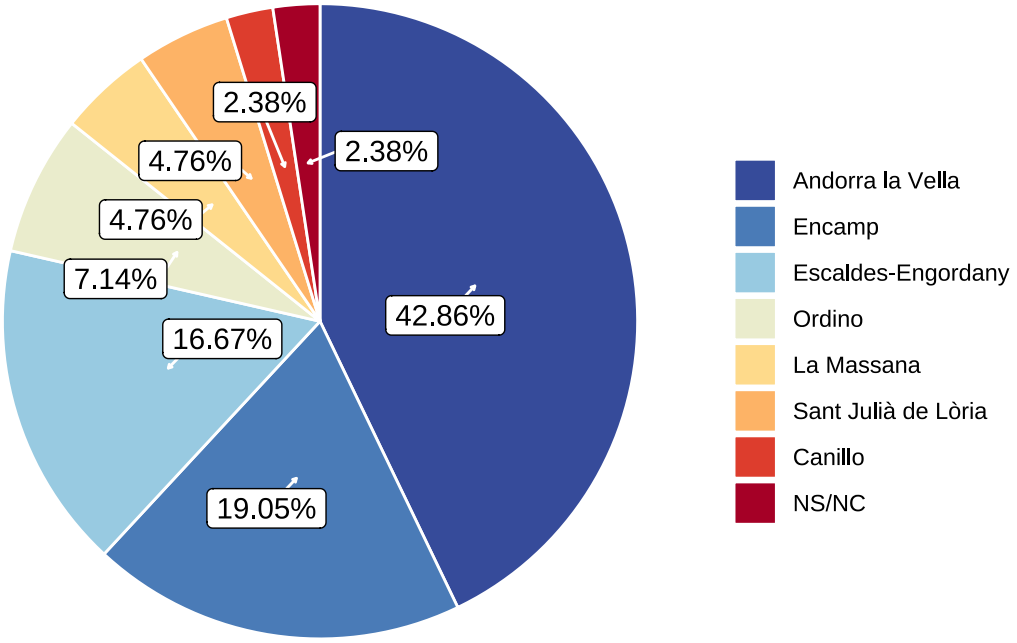


Figura 5.1: Distribució de la mostra per parròquia.

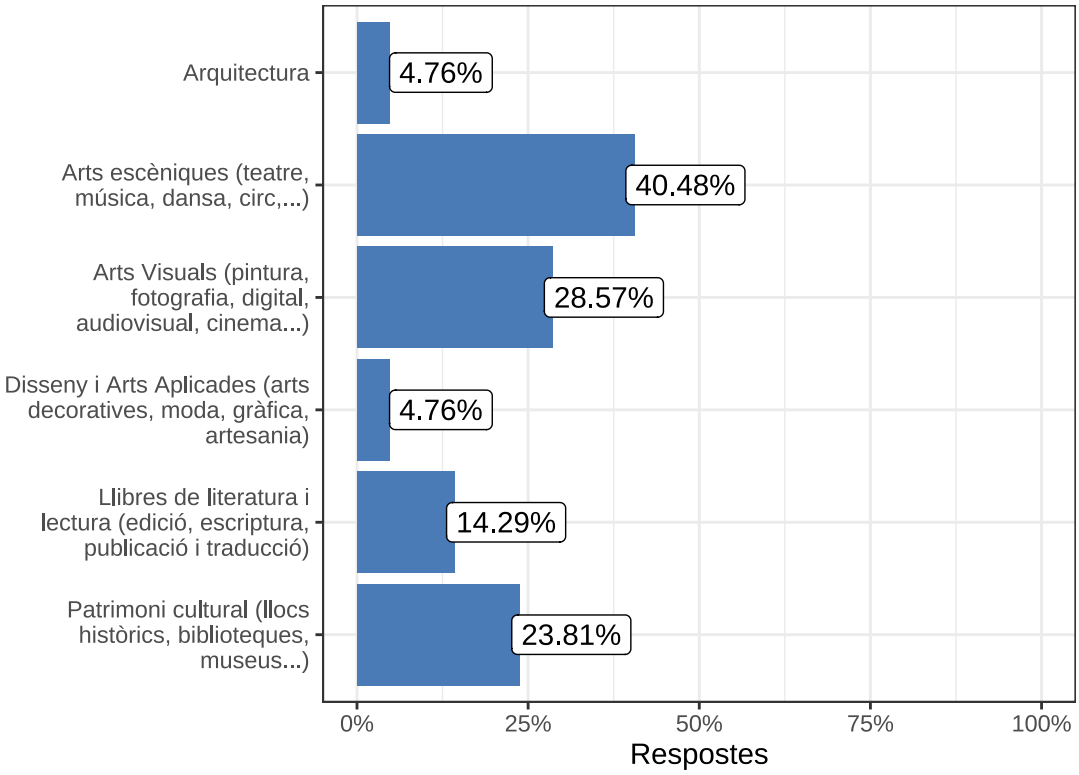


Figura 5.2: Totals del subsector al qual pertany l'organització.

tan sols un dels enquestats situa la seva activitat de forma multidisciplinària en cinc dels sis subsectors identificats, el que representa un 2.38% del total de la mostra.

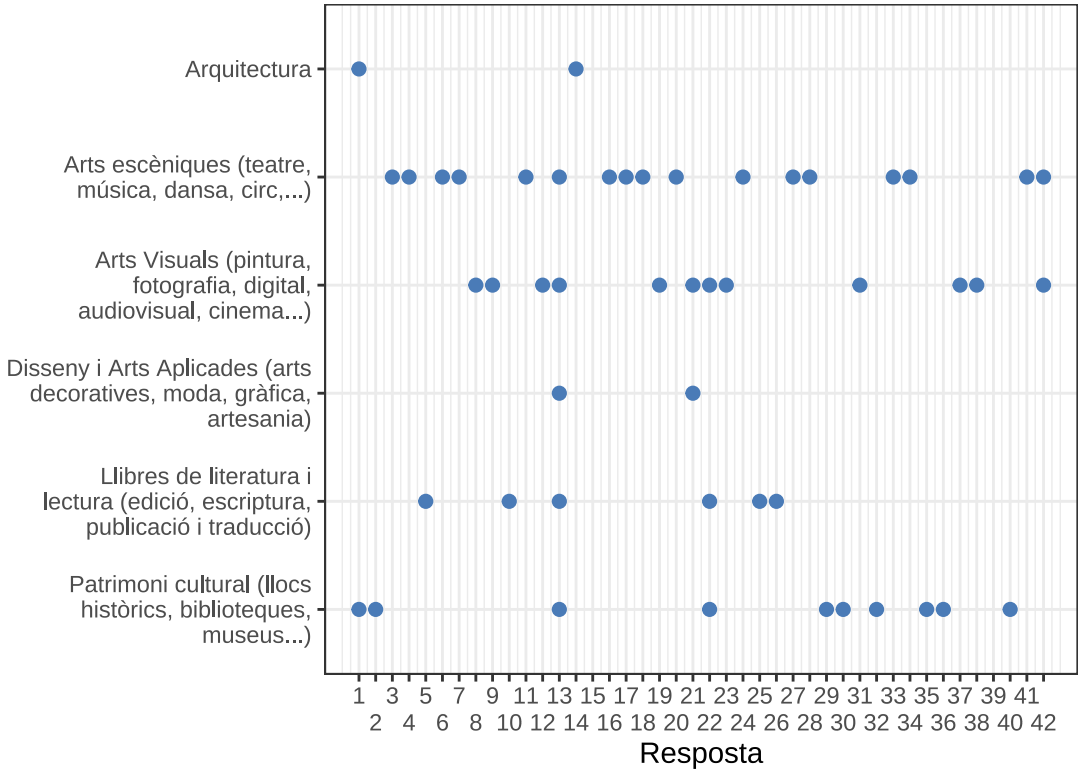


Figura 5.3: Identificador de resposta per individus del subsector al qual pertany.

A2. Altres

En l'apartat d'altres possibles subsectors culturals no identificats en l'oferta possible de respostes, els enquestats van permetre identificar els subsectors següents: cultura popular, tradicions, castellers i meditació amb música clàssica índia i ball.

Cada una d'aquestes categories només va estar resposta per un sol enquestat.

A3. Quina és la seva situació professional?

Una característica del mercat laborat cultural i creatiu és la precarietat de llocs de treball. Aquesta pregunta sobre la situació professional en què es troben els enquestats vol identificar el perfil i el grau de vulnerabilitat davant la crisi provocada per la COVID-19. Els resultats es poden veure a la Figura 5.4.

Les respostes fan palesa la diversitat de perfils. Pel que fa a la situació professional dels diferents agents, un 38.1% són treballadors de l'organització (assalariats), mentre que un 28.57% combinen la seva activitat cultural amb una feina en un altre sector, una casuística habitual dins els SCC. Un 9.52% són treballadors autònoms sense empleats,

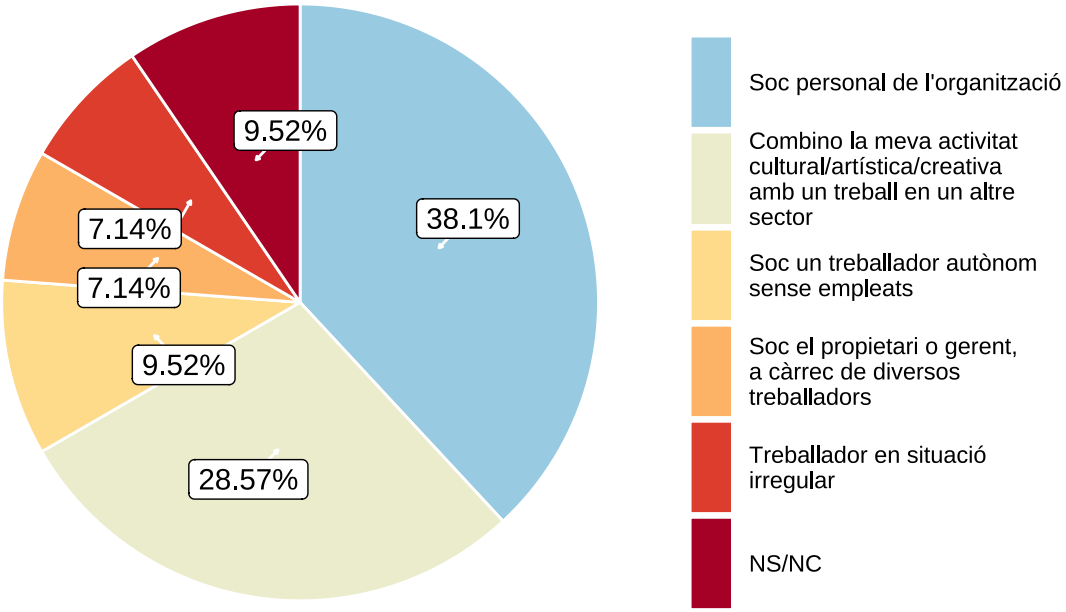


Figura 5.4: Situació professional dels diferents agents.

i un 7.14% ostenten càrrecs de gestió amb treballadors a càrrec, i el mateix tant per cent, un 7.14%, es troba en una situació irregular, aquesta és també una altra situació freqüent en el SCC, que en molts casos desenvolupen la seva activitat de manera informal i sovint temporal. Aquestes dades corroboren la idea de precarietat i fragilitat del sector cultural. Finalment, hi ha un 9.52% que no es decanten per cap de les categories anteriorment exposades.

A3. Altres

Pel que fa a concretar la situació professional els enquestats van oferir matisacions a les respostes. En un cas es considera com a una entitat i no pas una persona privada. Un altre cas afegeix el fet que ho combina amb els seus estudis. Un tercer combina la seva feina en el sector públic de la cultura, amb la de gestió cultural dins l'àmbit de les arts escèniques i la docència en el món de l'art. Finament, matissar que en el món casteller, no es pot parlar de situació professional atès que es tracta d'una associació en què els participants ho fan de manera voluntària.

A4. Quina és la facturació anual aproximada de la seva organització?

Segons les respostes recollides i mostrades a la Figura 5.5, tan sols un 2.38% de les organitzades enquestades facturen més de 100.000€ l'any, seguides per un 4.76% que situen la seva facturació entre 50.000 i 100.000€ l'any, i per un 14.29% que oscil·len entre els 30.000 i els 50.000€ l'any. Un 7.14% de les organitzacions que facturen entre 15.000 i 30.000€ l'any, seguit pel 33.33% de les organitzacions enquestades que facturen menys de 15.000€ l'any. Finalment, prop d'un 12% no tenen accés a aquesta informació, mentre que hi ha un 26.19% sense resposta.

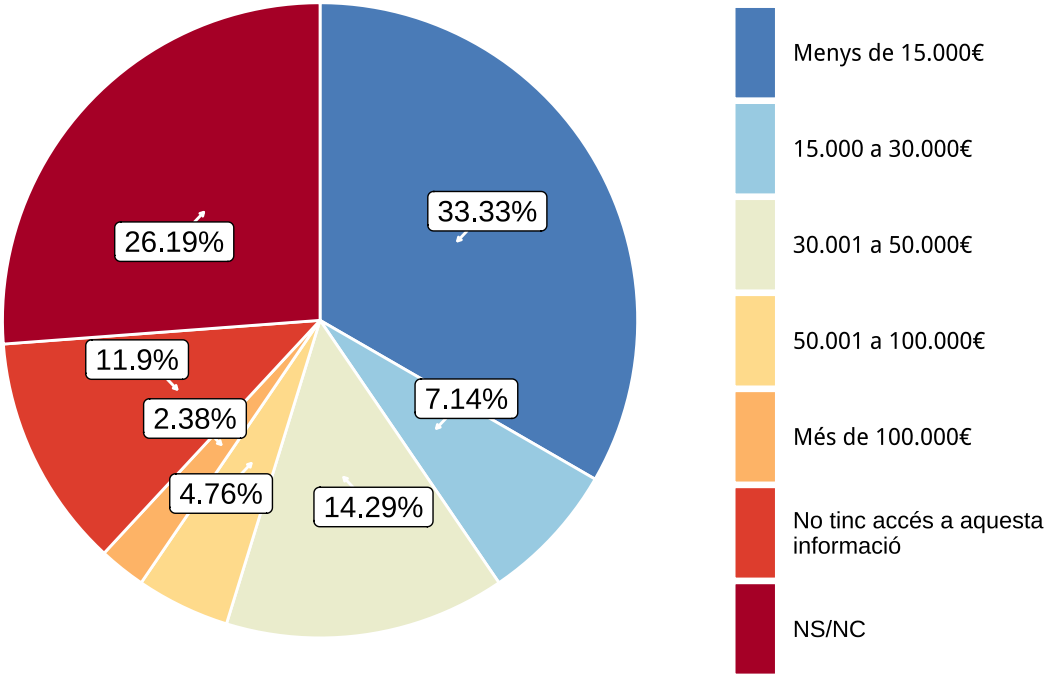


Figura 5.5: Facturació anual de les organitzacions del SCC.

Les xifres de facturació influiran en la capacitat de les organitzacions per afrontar la crisi de la pandèmia, ja que afectaran qüestions bàsiques com la disponibilitat d'estalvi, l'accés al finançament i la capacitat inversora per revisar el seu model de negoci, la seva viabilitat, reorganitzar els seus processos productius o reinventar nous formats.

A4. Altres

Pel que fa a la facturació, en un dels casos dels enquestats no s'especifica un barem però si el fet de l'origen que seria a través d'una subvenció; en un segon cas s'especifica el fet que no es factura res que vindrà a coincidir amb el tercer cas pel fet de tractar-se

d'una associació cultural; finament, el quart cas expressa que les donacions que rep, sense especificar-ne l'origen, es destinen a l'organització d'esdeveniments.

5.2 SECCIÓ B: ACCIONS EMPRESES PER LES ORGANITZACIONS

La secció B permet conèixer el detall de les accions posades en marxa per part de les diferents institucions i organitzacions culturals en el període del confinament per fer front a l'alentiment i en alguns casos a l'aturada tota del sector. Serà interessant poder debatre al voltant de com les institucions han reaccionat i han reorientat la programació de les seves activitats.

B1. Indiqui quines són les mesures que ha pres la seva organització per adaptar-se a la situació actual causada per la COVID-19.

Uns dels objectius de l'enquesta és determinar la tipologia d'accions desenvolupades pels diferents actors culturals durant el període de confinament com a resposta a la pandèmia mundial. El resultat és que la majoria dels enquestats han realitzat accions diferents de manera simultània, tal com mostra la Figura 5.6. Més d'un 60% dels enquestats han començat a teletreballar des de casa, i prop d'un 35% manifesta haver reduït la seva activitat al mínim a conseqüència de les cancel·lacions massives d'espectacles i concerts, o en els casos excepcionals que fos possible, assistir al lloc de treball. Aquesta situació repercuteix directament sobre la font d'ingressos dels agents culturals i les organitzacions. El voltant del 30% de les organitzacions enquestades han incrementat la seva inversió en la digitalització de la seva activitat. Per sort, un percentatge molt petit, tan sols un 2.38%, s'ha vist obligat a ajustar la seva plantilla.

Aquesta és una pregunta que admet una resposta múltiple, el que permet veure que 27 enquestats han treballat des de casa, 14 han incrementat els seus esforços en la digitalització, 15 han reduït la seva activitat fins al final del confinament, i tan sols en 1 cas l'organització s'ha vist obligada a ajustar la seva plantilla (veure Figura 5.7). Dels 27 enquestats que manifesten que han hagut d'implementar el treball des de casa, 10 d'aquests alhora manifesten els esforços que han fet amb relació a incrementar la inversió en la digitalització de la seva activitat, i d'aquests, 2 manifesten la reducció de l'activitat al mínim fins al final del confinament.

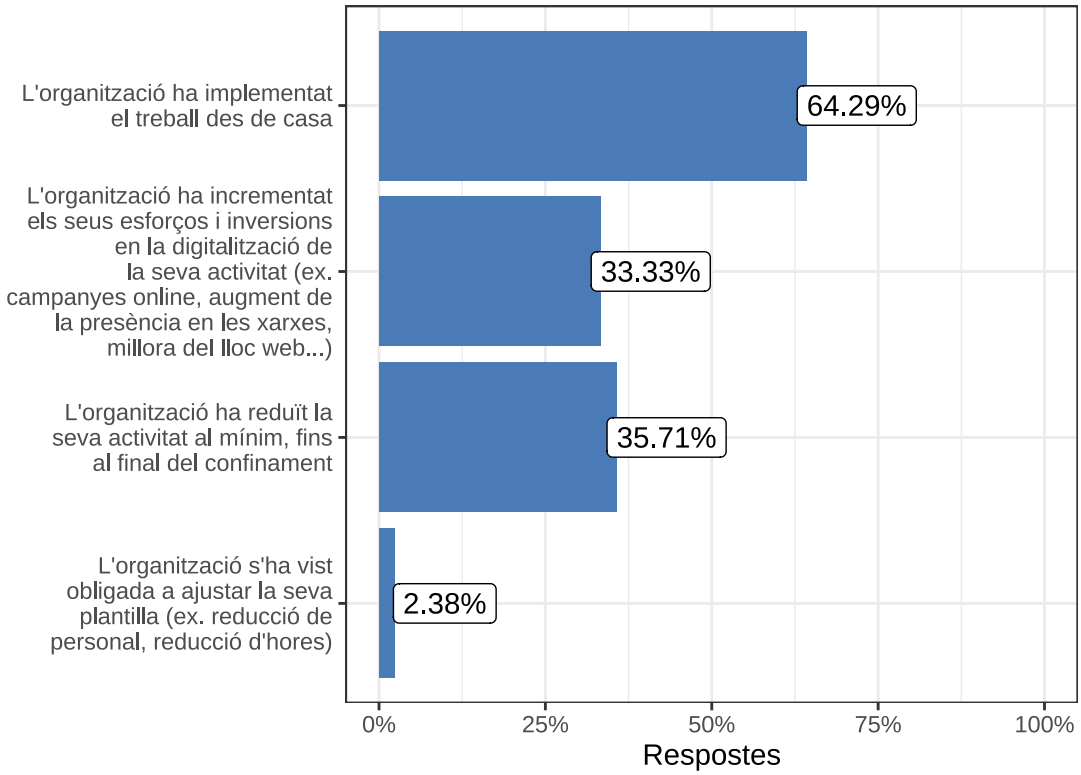


Figura 5.6: Tipologia d'accions desenvolupades pels diferents actors culturals durant el període de confinament.

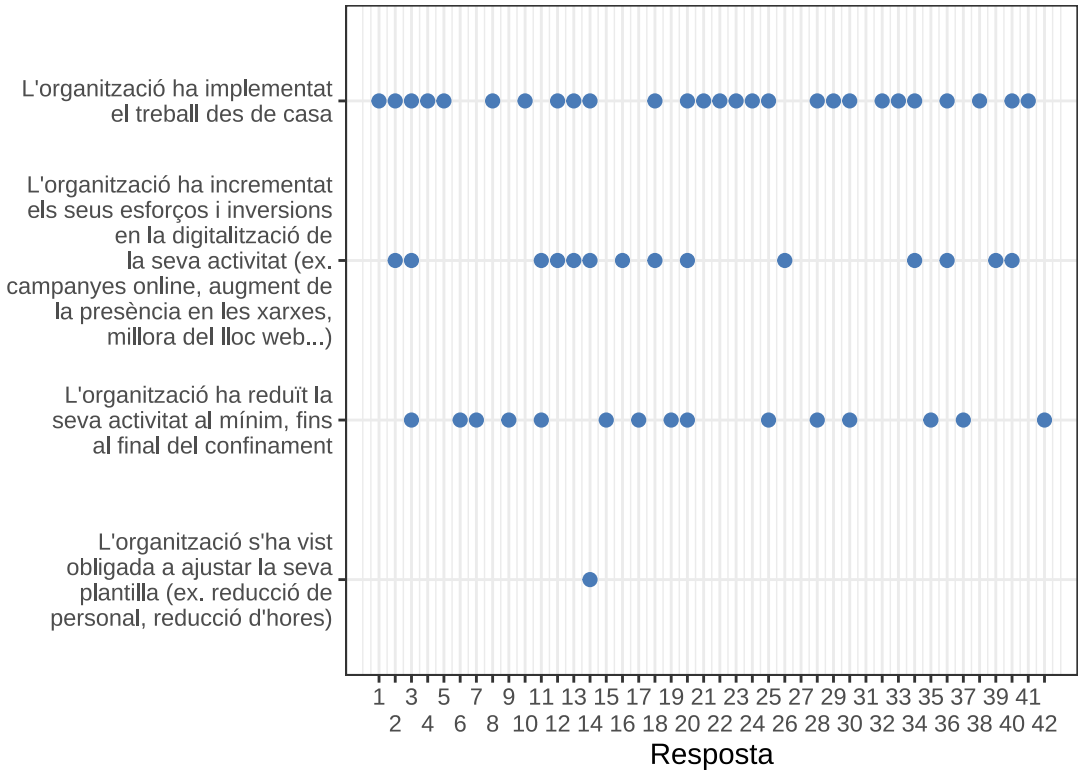


Figura 5.7: Identificador de resposta per individus de les accions desenvolupades pels diferents actors culturals per enquestat.

B1. Altres

Pel que fa a altres mesures de les organitzacions per adaptar-se a la situació actual causada per la COVID-19 destaquen el disseny i implementació de protocols d'accés als locals, la qual cosa ha permès poder desenvolupar parcialment l'activitat habitual malgrat haver d'anul·lar algun esdeveniment programat. En alguns casos, els enquestats comenten el canvi de data de l'activitat, el tancament del museu o la cancel·lació de l'activitat.

B2. Indiqui de l'1 al 5 el temps que ha assignat a les següents activitats durant el confinament.

L'enquesta intenta mesurar com s'ha adaptat el SCC al confinament. L'objectiu és esbrinar la manera en què les organitzacions s'han adaptat durant el confinament així com les possibles estratègies adaptatives i la reassignació dels usos del temps dedicat a les diferents tasques productives. Una de les conclusions generals per aquesta gràfica és que, malgrat el període de confinament i l'alentiment de l'activitat i la impossibilitat d'organitzar esdeveniments, les organitzacions culturals i creatives no van restar inactives, ben al contrari, la majoria d'organitzacions van resignar els usos del temps a diferents tasques productives.

La Figura 5.8 (amb un 73% de respostes completades en la seva totalitat) mostra com les prioritats i els usos del temps dedicat a diferents tasques productives durant el confinament han estat reassignats. S'ha utilitzat una escala de l'1 al 5, essent 1 l'assignació mínima de temps i 5 la màxima. En agrupar les respostes en l'escala Likert de 4 i 5, podem categoritzar les prioritats de resposta, i veiem que les tres activitats més destacades varen ser: en primer lloc, amb un 50%, els enquestats manifesten haver invertit el seu temps a repensar com adaptar els serveis i els productes culturals al nou escenari a mitjà termini (format online, de proximitat, etc.). En segon lloc, en un moment d'alentiment de l'activitat productiva i per conseqüència de comunicació, les activitats de comunicació i màrqueting online van obtenir prop d'un 49%. Aquest increment podria ser provocat per la mateixa situació de la crisi de la COVID-19 que ha abocat a les organitzacions a una acceleració dels processos digitals ja sigui per donar visualització a l'organització a través de les diferents plataformes web o de les xarxes socials, o altrament com a un mitjà per impulsar o difondre noves creacions artístiques. Finalment, en tercer lloc, trobem una assignació important del temps a la creació de noves idees i projectes en els quals no han tingut ocasió de treballar anteriorment amb un 46% de respostes. Per contra, a la categoria que menys temps li han dedicat, amb un 20% és a l'Anàlisi del mercat o a la gestió de l'arxiu i posada al dia de feina endarrerida, que aplega un 28% de les respostes.

Un fenomen global en l'àmbit planetari ha estat l'aparició de nombroses i variades iniciatives culturals i creatives gratuïtes. Ofertes com concerts i esdeveniments online, que es divulgaven i s'oferien a través de les xarxes socials. Els gràfics següents mostren tant el percentatge dels enquestats que manifesten haver rebut propostes per participar en iniciatives, com els que han estat organitzadors d'alguna d'aquestes iniciatives durant el confinament.

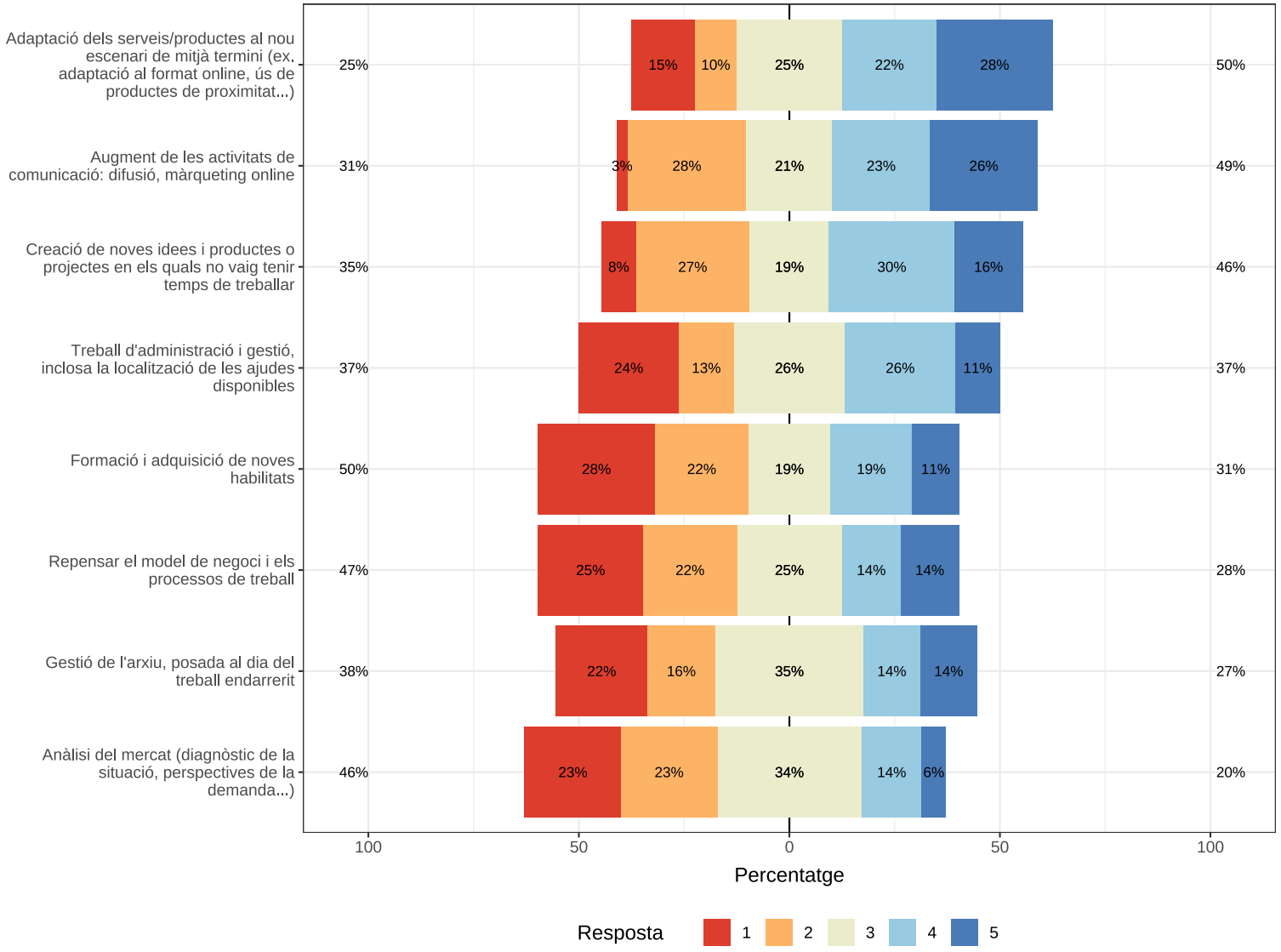


Figura 5.8: Temps assignat a activitats diferents per part del SCC.

B3. Quan a les iniciatives culturals gratuïtes: a) Ha dut a terme alguna iniciativa cultural gratuïta durant el confinament?

Els resultats de la Figura 5.9 mostren que un percentatge molt elevat, un 69.05%, afirma haver organitzat alguna activitat o iniciativa cultural gratuïta durant el confinament. Un 2.38% no es manifesta.

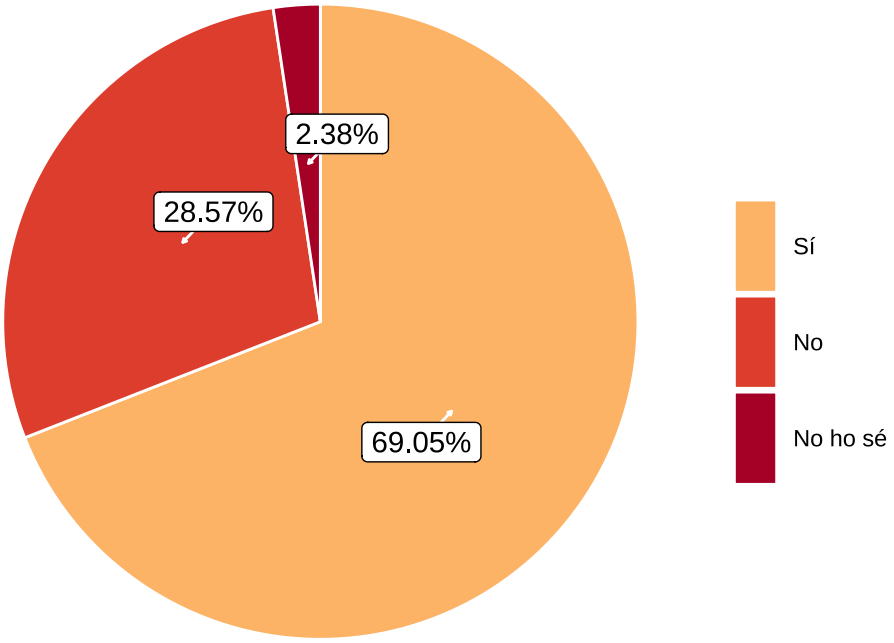


Figura 5.9: Sobre l'activitat gratuïta i el confinament.

B3. Quan a les iniciatives culturals gratuïtes: b) Ha rebut propostes per participar en iniciatives culturals gratuïtes?

De la mateixa manera, i en la mateixa línia que la pregunta anterior, la Figura 5.10 mostra que un 71.43% afirmen haver rebut propostes per participar en iniciatives culturals gratuïtes. Per tant, va ser un 21.43% que van declinar participar en alguna de les activitats culturals gratuïtes durant el confinament. Un 7.41% no es manifesta.

B4. Indiqui en quina mesura ha augmentat el seu consum cultural durant el confinament.

Un cop hem vist la situació del confinament i l'oferta cultural, de manera complementària, toca analitzar com ha estat el consum cultural i quina ha estat la tendència

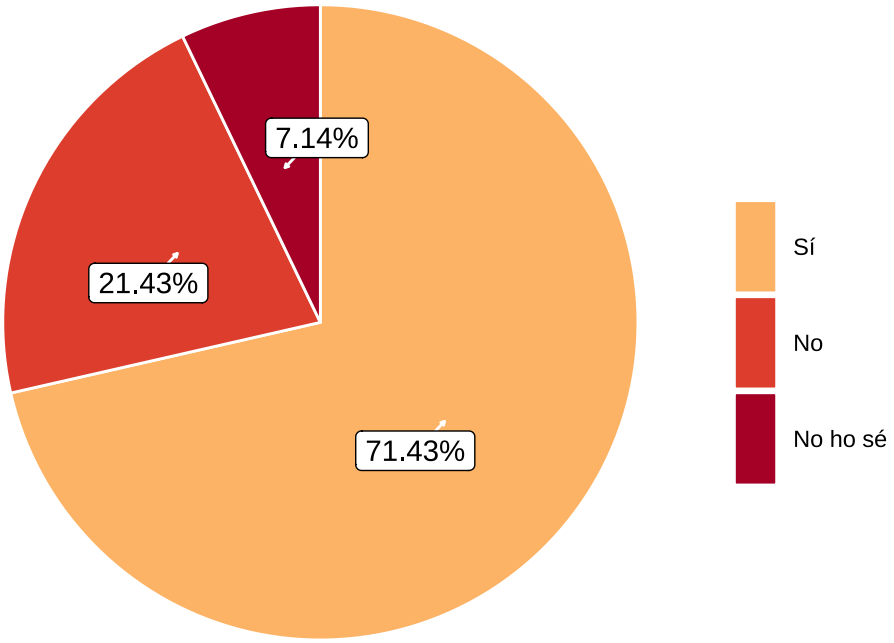


Figura 5.10: Sobre les propostes per participar en iniciatives culturals gratuïtes.

dels mateixos agents culturals. El confinament, amb les restriccions de mobilitat, va afavorir un escenari en què el consum dels béns culturals juga un paper important.

En primer lloc es va preguntar als enquestats sobre el grau en què s'incrementa el seu consum cultural durant el confinament, a partir d'una escala Likert de l'1 al 5, essent l'1 el mínim i 5 el màxim. La mitja mostra, amb prop d'un 52%, que els enquestats han incrementat moderadament el seu consum cultural, amb una valoració d'entre 4 i 5. Els resultats de la Figura 5.11 (amb una taxa de resposta del 90%) indiquen un increment relativament elevat (32%) i molt elevat (21%) en el nombre d'hores dedicat a consumir béns culturals.

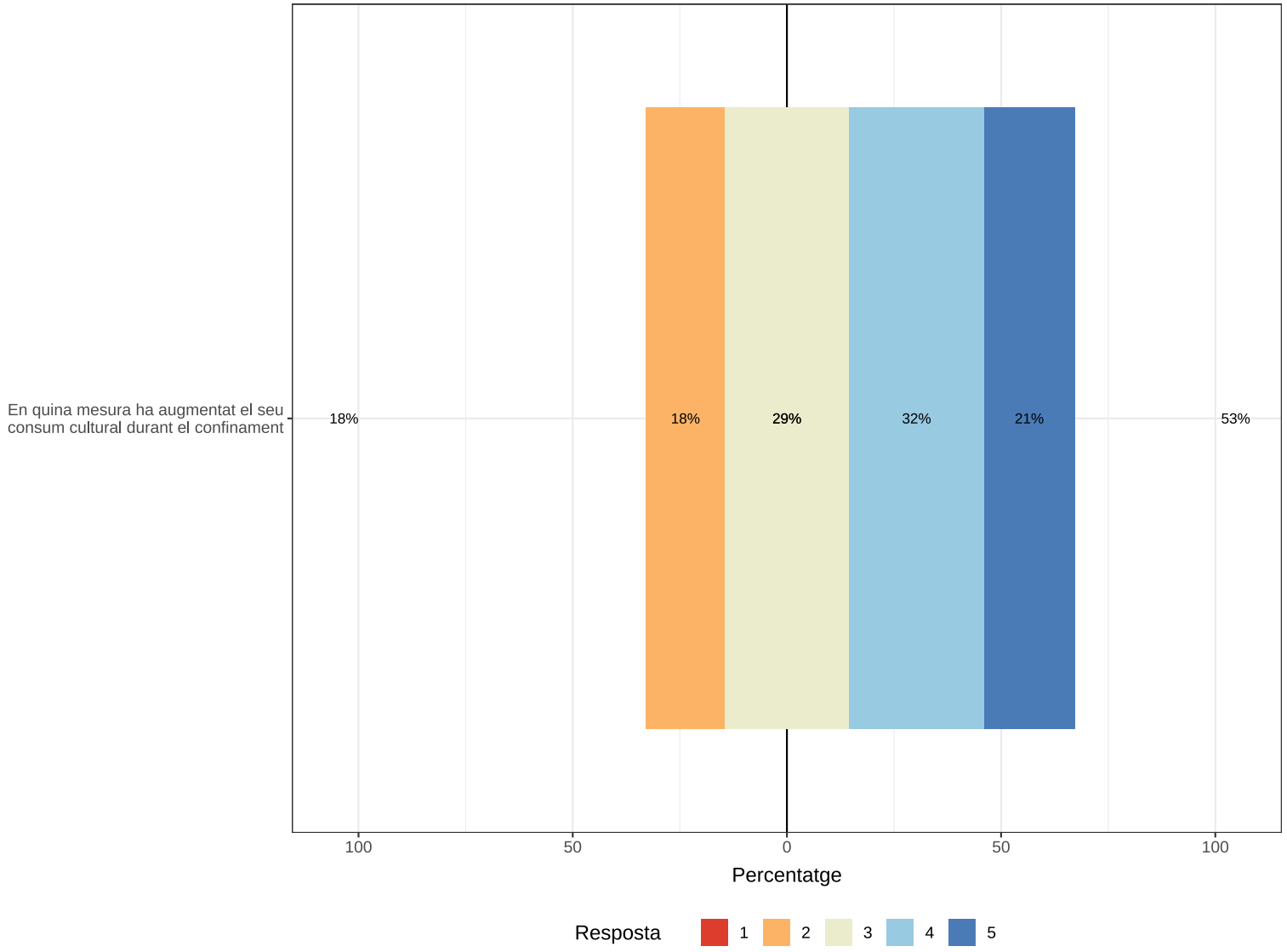


Figura 5.11: Augment del consum cultural durant el confinament.

B5. Si ha consumit béns culturals, ordeni els béns següents segons les hores dedicades a cadascun.

Aquesta pregunta explora el consum cultural en relació tant a la tipologia de bens culturals consumits durant el confinament com al temps dedicat. Sobre les sis opcions es demana de prioritzar les activitats a les quals s'hi ha dedicat més temps, per tant, es tracta d'establir un ordre en relació amb el temps dedicat a cada una de les activitats proposades. La Figura 5.12 (amb una taxa de resposta del 100%) mostra el percentatge de respostes per a cada variable a partir de l'ordre de la seva selecció.

Entre els enquestats, les prioritats mostren una preferència pel consum de contingut audiovisual a través de plataformes online, essent l'activitat cultural més ben valorada i a la qual han dedicat un major nombre d'hores; un 58% dels enquestats la trien en primer i segon lloc (29% i 29% respectivament). Aquesta activitat està seguida molt de prop amb el consum de música que aplega un 48% de les respostes: un 17% la tria en primer lloc i un 31% en segon lloc. El consum de llibres i les visites a iniciatives culturals sorgides com a resposta de la situació de confinament reben totes dues un 38%. En el cas dels llibres amb un 24% com a primera opció, i un 14% com a segona opció, i en el cas de les iniciatives culturals amb un 21% com a primera opció, i un 17% com a segona. Pel que fa a la visita a instal·lacions culturals, com exposicions o museus, tan sols un 15% trien aquesta opció amb un 10% en primer lloc i un 5% en segon lloc. Finalment, amb els videojocs, només un 5% els trien en primer lloc, enfront d'un 81% que els trien en cinquè (14%) i sisè lloc (67%).

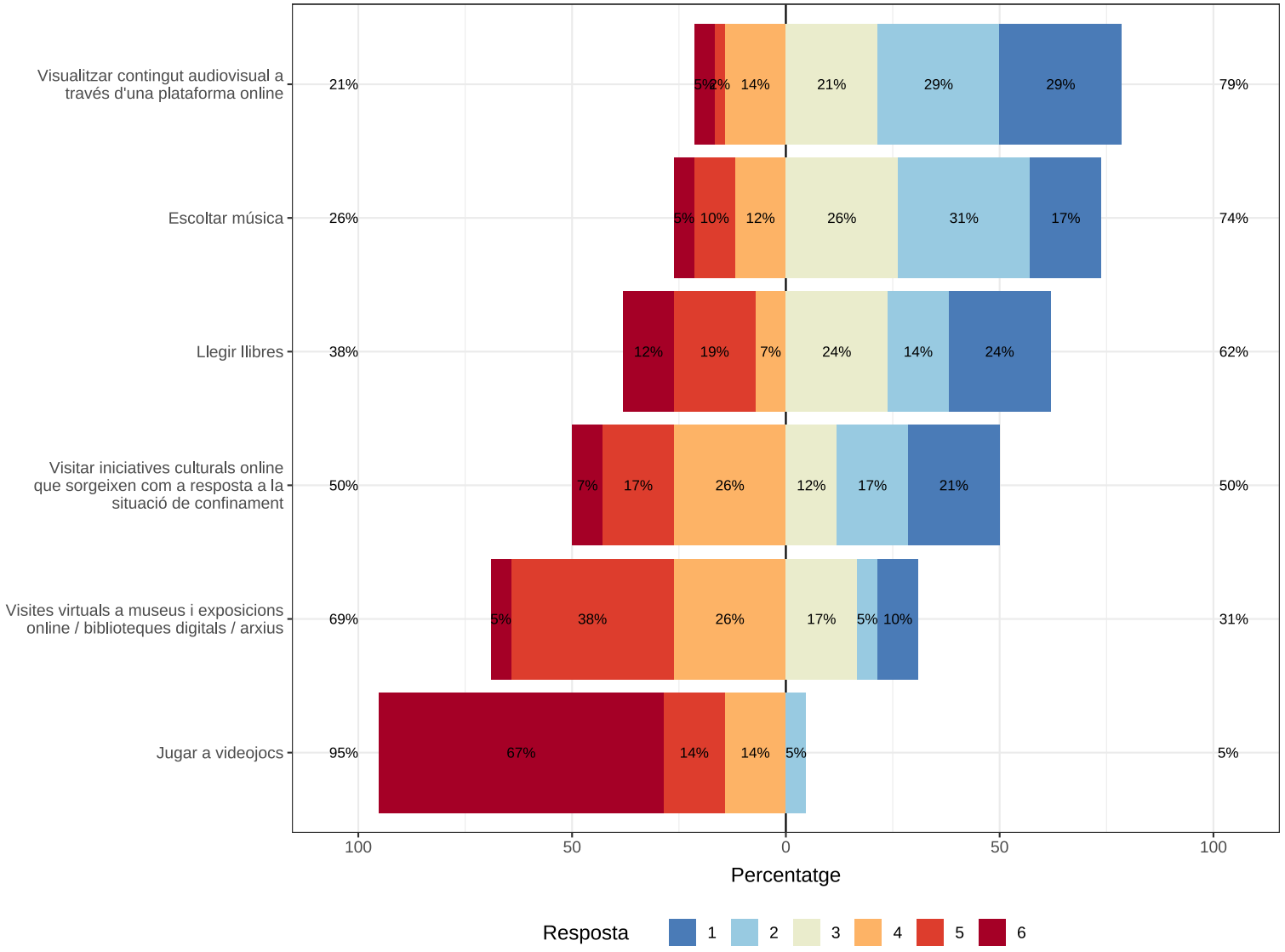


Figura 5.12: Consum de béns culturals i dedicació assignada.

B6. Indiqui en quin grau té necessitat en relació amb les següents qüestions.

La crisi ha comportat l'alentiment i paralització de l'activitat, les restriccions de mobilitat, i la impossibilitat d'organitzar esdeveniments. Aquesta pregunta analitza les necessitats concretes sorgides arran de la crisi a les organitzacions culturals i quins són els ajuts o els mecanismes necessaris per fer-hi front. La Figura 5.13 (amb una taxa de resposta del 81%) mostra en una escala Likert (essent 1 necessitat mínima i 5 necessitat màxima) les prioritats de les empreses.

De les respostes possibles, aplegant les categories 4 i 5, les organitzacions culturals han valorat com a més necessari la informació per reprogramar l'activitat de l'organització amb un 62%, un cop es recuperi progressivament l'activitat, enfront de la informació per demanar i accedir als ajuts disponibles, amb un 40%. En segon lloc, amb un 45%, es veu la necessitat d'adaptar l'activitat a l'entorn digital, i en tercer lloc amb un 40% el fet de compatibilitzar el treball remot amb la vida domèstica gràcies al teletreball. La menys valorada, amb un 30%, és la liquiditat per fer front a les obligacions econòmiques.

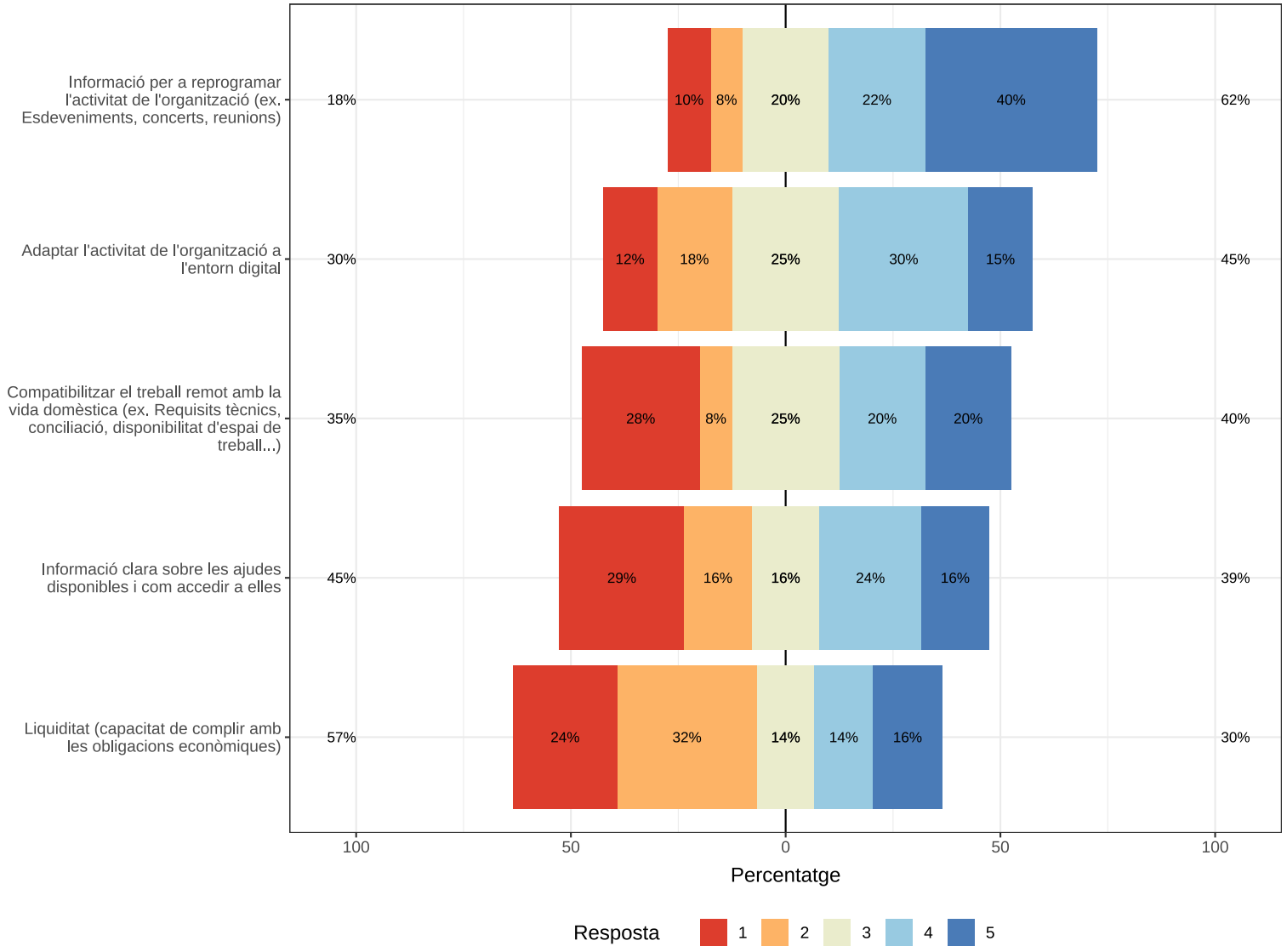


Figura 5.13: Necessitats sorgides arran de la crisi.

5.3 SECCIÓ C: EFECTES ECONÒMICS ACTUALS DE LA COVID-19 EN LES ORGANITZACIONS

L'impacte econòmic és un dels indicadors més evidents a curt i mitjà termini. A través de les preguntes d'aquesta secció es desgranarà les expectatives de pèrdues d'ingressos.

C1. En quina mesura ha experimentat pèrdues d'ingressos en el trimestre gener-març i abril-juny?

Amb la finalitat de comparar l'impacte ocasionat pel confinament per la COVID-19 es presenta la Figura 5.14, que pren com a referència el primer i el segon trimestre del 2020.

Pel que fa al primer trimestre, un 52.38% afirma no haver tingut pèrdues d'ingressos, mentre que un 30.96% afirmava haver tingut pèrdues. D'aquests, un 14.29% afirmava haver perdut més del 75% dels ingressos trimestrals esperats, un 2.38% entre el 40% i el 75%, i un 14.29% entre el 10% i el 40%. Un 16.66% o bé no podien calcular-ho, o no disposaven d'aquesta informació.

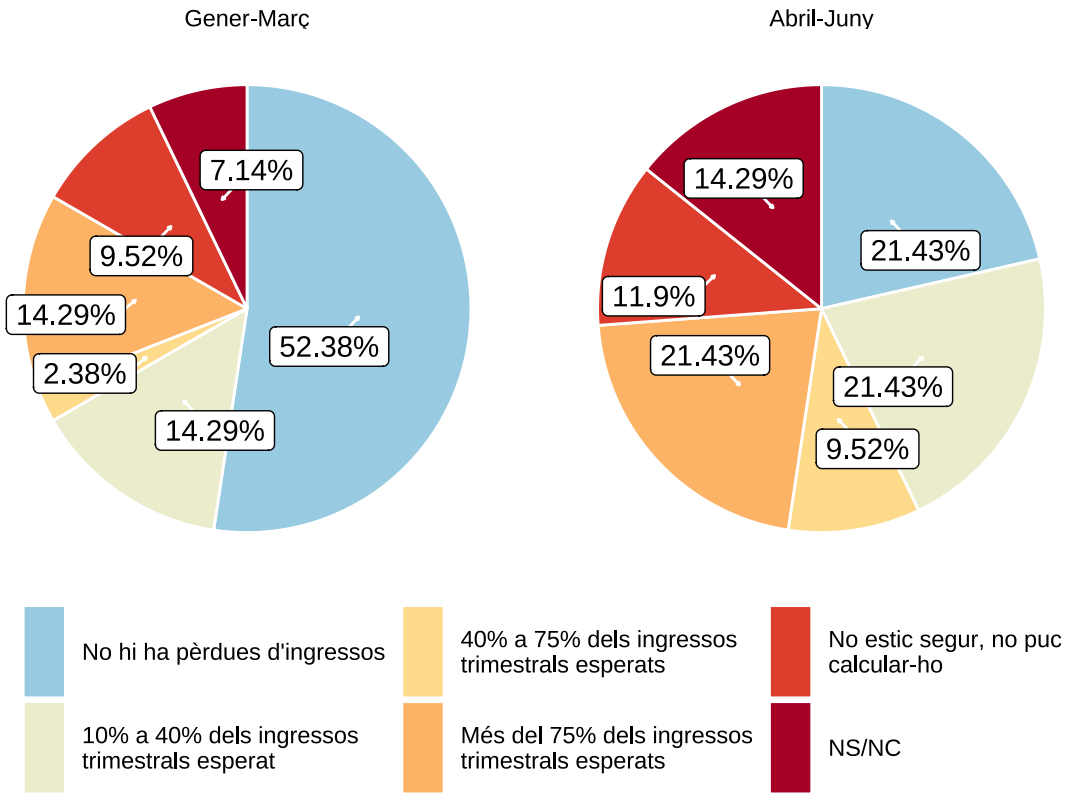


Figura 5.14: Comparativa de la pèrdua d'ingressos entre el trimestre gener-març i l'abril-juny.

Pel que fa al segon trimestre, aquest mostra l'impacte econòmic derivat de les

mesures de confinament. Del 52.38% del trimestre anterior, ara només un 21.43% afirma no haver tingut pèrdues, mentre que un 52.38% afirmava haver tingut pèrdues, el que suposa un augment d'un 21.42% respecte al trimestre anterior. D'aquests, un 21.43% afirmava haver perdut més del 75% dels ingressos trimestrals esperats (el que suposa un augment d'un 7.14% respecte al trimestre anterior); un 9.52% afirmen haver perdut entre el 40% i el 75%, i un 21.43% entre el 10% i el 40%. Finalment, un 26.19% o bé no podien calcular-ho, o no disposaven d'aquesta informació.

Una informació que no està contemplada és l'anàlisi de costos, en què s'inclouen les despeses de naturalesa fixa (lloguers, CASS, etc.), i que contribueixen a agreujar la situació. Queda manifest la greu situació a la qual queden exposades les empreses i els agents del sector si no reben cap ajut per reflotar una activitat que, més enllà del seu impacte econòmic, juga un rol social. Aquestes empreses són principalment autònomes o microempreses, amb una facturació reduïda, i amb unes condicions de precarietat laboral. Els efectes de la COVID-19 les han deixades completament exposades i han mostrat la fragilitat estructural en particular de les empreses i els agents, i de l'ecosistema cultural en general.

C2. Com ha afectat la situació actual de la COVID-19 a l'activitat de la seva organització?

Aquesta pregunta mesura la tipologia d'impactes sobre l'organització. La Figura5.15 (amb una taxa de resposta del 64%) mostra de quina manera afecta la situació de la COVID-19 als enquestats. S'utilitza una escala Likert on 1 expressa el màxim grau de desacord, i 5 el màxim grau d'acord. En primer lloc, un 68% dels enquestats consideren la pèrdua de vendes i les demandes cancel·lades com l'efecte més rellevant de la crisi. Seguit molt de prop, amb un 63%, als agents culturals i creatius els preocupa el retard en l'organització dels esdeveniments. Amb un 57% els preocupa igualment els impediments físics per dur a terme produccions. Amb un 52% els preocupa la impossibilitat de desplaçar-se per visitar un esdeveniment. Finalment, un 50% afirmen que la principal afectació és la pèrdua de negoci.

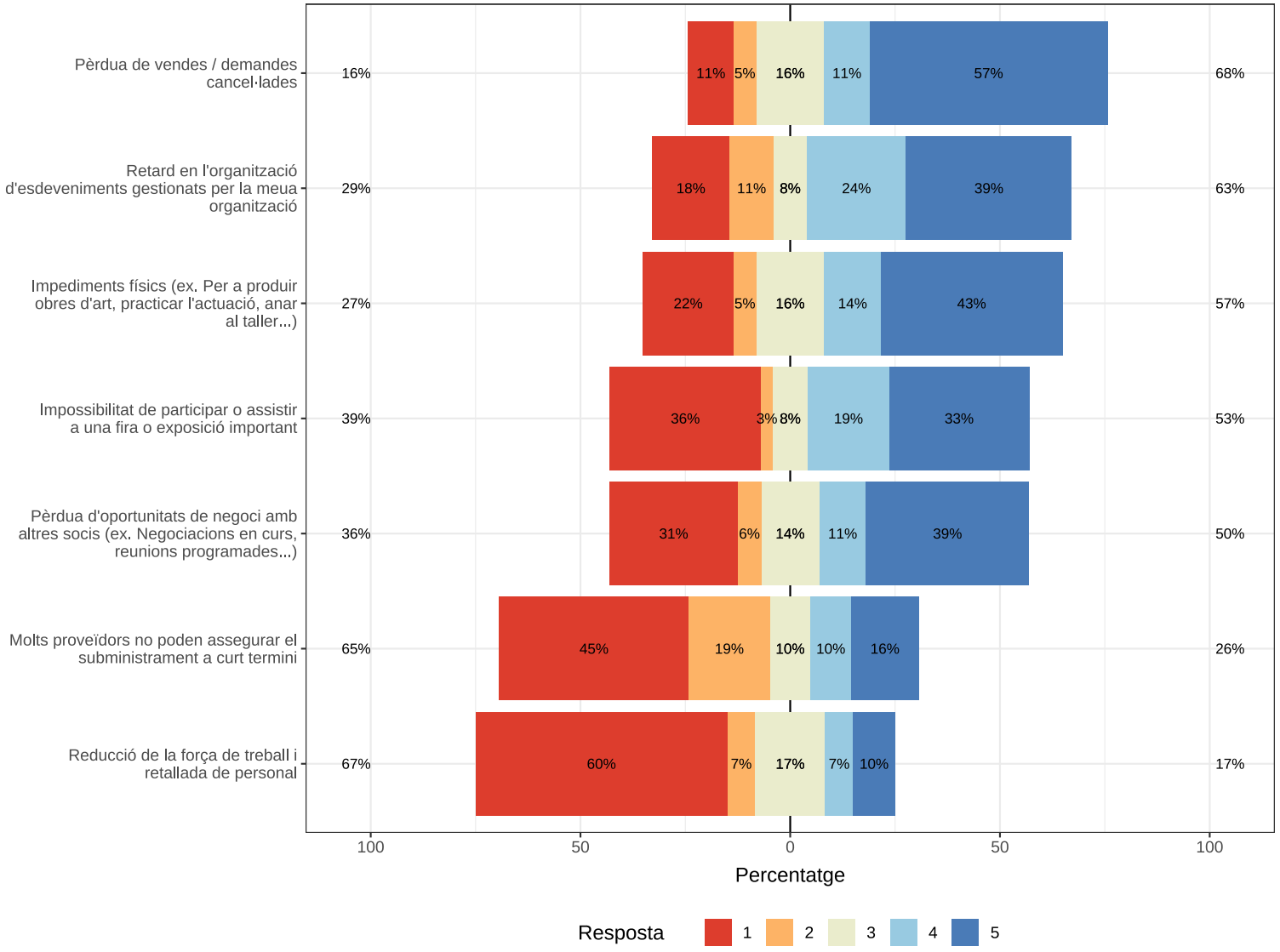


Figura 5.15: Grau d'afectació de la COVID-19 sobre les organitzacions.

C3. Si aquesta mesura l'ha afectat d'alguna manera, si us plau descrigui-ho breument.

Sobre l'afectació de la pandèmia a l'activitat del sector, les respostes han estat diverses, i és aquest un dels apartats que més respostes han suscitat amb vuit entrades.

En dos casos es tracta de dos agents que són DJ i productor en un cas, i DJ en un segon cas; tots dos es van trobar parats, sense possibilitat de fer esdeveniments, i per tant, amb cap ingrés derivat d'aquesta activitat.

En un tercer, expressava la impossibilitat d'assajar amb el seu grup de música de forma presencial així com la impossibilitat de programar actuacions futures davant un panorama incert.

Un quart cas deixa constància de la seva incredulitat de l'aturada del sector per risc de contagi, enfront d'altres sectors com botigues o piscines que han recuperat la seva activitat.

En un cinquè cas, especifica l'aturada de l'activitat programada amb públic el mes de març, i la denegació d'una subvenció cultural del Govern d'Andorra al·legant que es tractava d'una activitat amb públic.

La sisena i setena resposta ens expliquen la cancel·lació dels actes culturals que havien estat programats.

Finalment, en el darrer cas d'una companyia de circ i de producció d'espectacles, testimonia que la cancel·lació dels esdeveniments, fires i festivals durant el 2020, i el tancament de teatres i discoteques, ha fet que l'activitat econòmica de l'empresa es reduís un 100%.

5.4 SECCIÓ D: EFECTES DE LA COVID-19 A LLARG TERMINI EN LES ORGANITZACIONS

Si bé en la secció anterior s'exposaven les conseqüències econòmiques més immediates, a través d'aquesta secció s'intenta establir quins poden ser els efectes més permanents, més de llarga durada tant des del punt de vista de l'organització com del consum cultural.

L'actual crisi suposa uns impactes a curt termini per a les organitzacions i agents culturals, però l'obligatorietat de la distància com a norma de prevenció transformarà la manera en com es consumeix i es produeix la cultura amb un impacte a mitjà termini. Les preguntes d'aquesta secció permeten identificar quines són les expectatives del sector en relació amb els canvis sobrevinguts més importants en el panorama cultural andorrà amb aspectes com la digitalització, la globalització o la precarietat laboral

entre altres.

D1. En quina mesura creu que les mesures de confinament i distanciament social afectaran enguany la seva organització?

Els diferents enquestats valoren l'impacte del confinament i l'aturada pràcticament total de l'activitat de sector cultural i creatiu i les seves repercussions a curt i mitjà termini. Tal com es veu a la Figura 5.16, les dades són força optimistes. Un 69.05% considera que l'impacte és lleu o moderat, on les organitzacions sabran adaptar-se (40.48%), i encara que amb dificultats, les organitzacions continuaran funcionant (28.57%). Un 4.76% considera la crisi com a una oportunitat per impulsar l'activitat de l'organització. En el costat menys positiu, un 11.9% considera que l'impacte ha estat significatiu amb problemes de solvència (9.52%) i en menor mesura que hauran d'abaixar la persiana (2.38%).

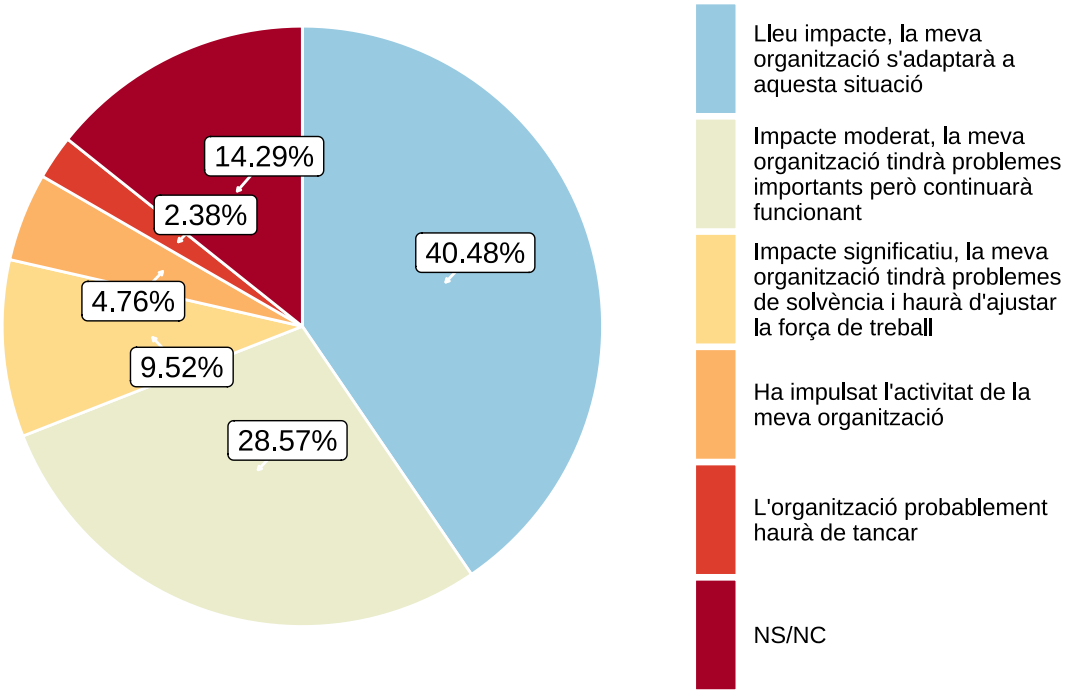


Figura 5.16: Mesures derivades del confinament i efectes sobre les empreses i les organitzacions.

D2. Quins canvis principals en els mercats de béns i serveis culturals preveu després del brot de la COVID-19?

En relació amb les expectatives cal tenir en compte els canvis que també es generaran a llarg termini sobre el conjunt del SCC.

La Figura 5.17 (amb una taxa de resposta del 64%) mostra els canvis principals que els enquestats preveuen que es produiran al sector. Es valora la probabilitat de les tendències a mitjà i llarg termini següents a partir d'una escala Likert en què 1 és la probabilitat mínima i significa que està molt en desacord i 5 la màxima expressant que està molt d'acord.

A partir dels que han respost un 4 i 5, una majoria important dels enquestats amb prop d'un 81%, preveu una creixent intensificació de la precarietat en un sector afectat per la temporalitat i la irregularitat. En l'altre extrem, les respostes relacionades amb el sector públic. D'un costat prop d'un 30.1% valora el requeriment de la demanda de més ajuts públics al sector, mentre que l'aspecte menys valorat és l'increment de les col·laboracions públicoprivades amb un 24%.

Prop d'un 55% de les respostes creuen necessari readaptar la seva activitat i model de negoci en un escenari en el qual la digitalització cada cop pesa més. Un 50% valora l'aparició de nous models de negoci en el SCC, mentre que un 45% consideren necessari incrementar les estratègies d'internacionalització del SCC després de la recuperació (a llarg termini). Un 36% consideren necessari una millor visió i estructuració sectorial del SCC, amb la creació de xarxes sectorials i *hubs* territorials de creativitat, per tant caldrà readaptar els models de negoci a un nou entorn. Els enquestats creuen que cal millorar aquesta percepció, atès que la cultura constitueix una de les principals palanques de transformació de la situació actual i pot esdevenir motor de desenvolupament socioeconòmic i d'innovació, concordant amb els postulats internacionals (OECD, UCLG o Comissió Europea)[1]. Un 30% creuen necessari una millora en la percepció del valor econòmic i social de les activitats culturals i creatives, per tant tot i que el resultat implica que els enquestats creuen que s'incrementarà aquesta percepció, no serà de manera rellevant.

[1]Abeledo, R. (coord.) (2020). Análisis del impacto del COVID-19 sobre las organizaciones y agentes culturales en España. Econcult Lab. Universidad de Valencia. Retrieved from: http://www.econcult.eu/es/publicaciones/analisis-del-impacto-del-covid-19-las-organizaciones-agentes-culturales-espana

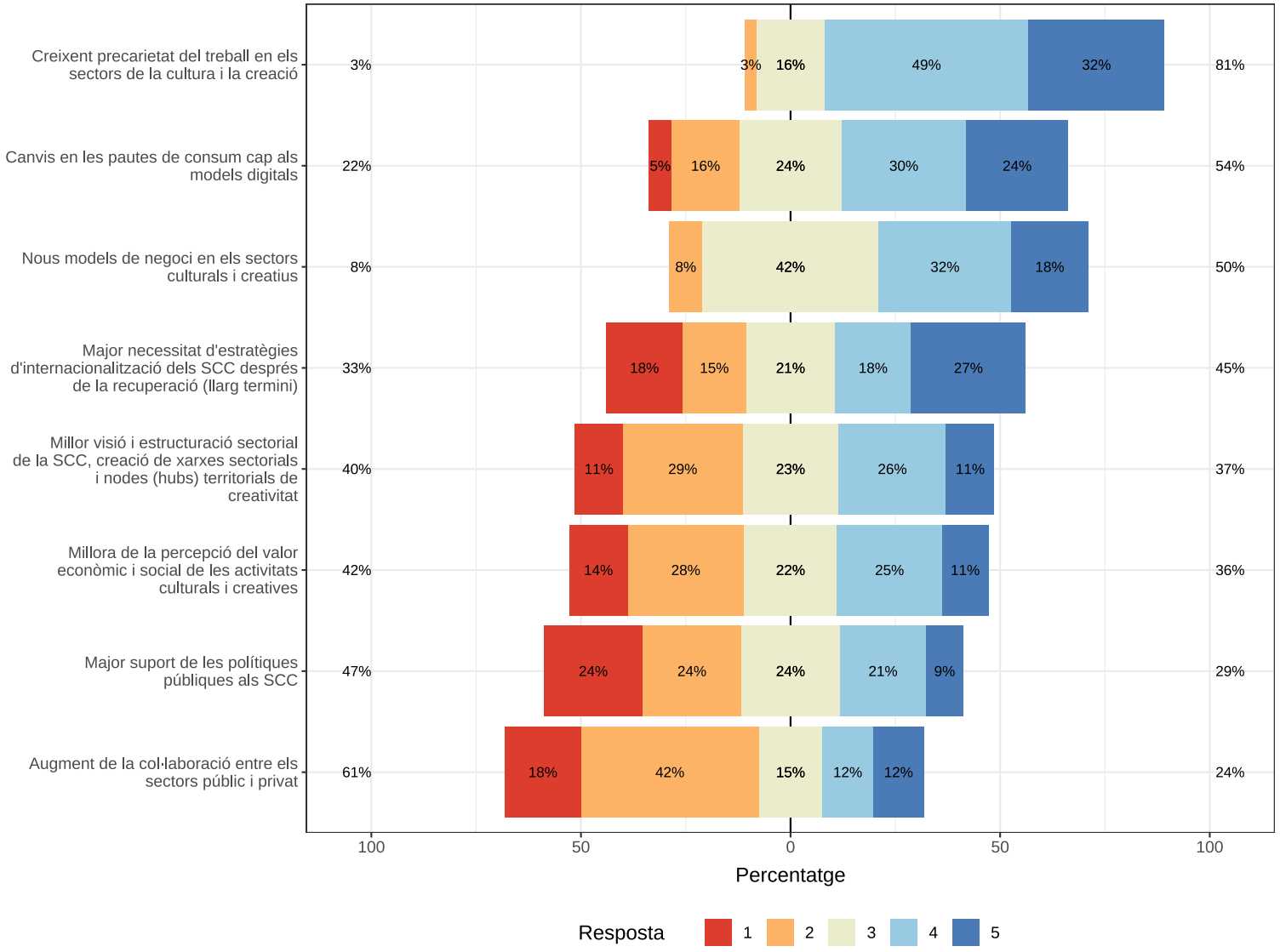


Figura 5.17: Canvis principals previstos en els mercats de béns i serveis culturals.

5.5 SECCIÓ E: DISPONIBILITAT D'AJUDES I MESURES PÚBLIQUES I PRIVADES

La darrera secció permet avaluar-ne la resposta de les administracions, estatal i locals, així com dels organismes sense ànim de lucre en forma d'ajuts, per mitigar els efectes econòmics derivats de l'aturada del sector. És per això que és important identificar la tipologia d'ajudes rebudes pels agents del SCC, alhora que quantificar si han estat suficients o la percepció sobre la seva utilitat. També és un dels objectius d'aquesta secció l'opinió dels agents culturals beneficiaris dels ajuts sobre quines mesures addicionals serien necessàries per remuntar o mitigar els efectes de la crisi.

E1. Té la seva organització accés a mesures d'assistència d'algun tipus?

Els resultats a la pregunta C1 d'aquest informe mostraven com els agents havien vist reduïts els seus ingressos de manera notable. Per tant, les ajudes provinents dels de les administracions públiques esdevenen cabdals per garantir la viabilitat de l'activitat cultural i creativa.

Com es veu a la Figura 5.18, un aclaparant 76.19% dels enquestats manifesten no haver rebut o tingut accés a cap mena d'ajut, mentre que només un tímid 9.52% que afirma haver-la rebut recentment. Un 4.76% afirma tenir-la aprovada però estar a l'espera de rebre-la, el que assenyala una certa lentitud en el procés de gestió i adjudicació dels ajuts, possiblement per una administració desbordada per la sobrecàrrega de gestió a conseqüència de la crisi. Finalment, un 9.52%, els enquestats expressen no haver demanat els ajuts davant d'un procés poc clar, que s'entén com a un possible obstacle.

Per tant en una situació en què les organitzacions culturals i creatives han vist reduïts els seus ingressos de forma dràstica, el fet que només un 14.28% de les organitzacions hagin tingut accés a ajuts, i el fet que una majoria d'un 85.71% dels enquestats no en tinguin cap mena d'ajuda, fa pensar en l'impacte econòmic i financer que tindrà sobre els diferents agents (endeutament, tancament de l'activitat, etc.).

E2. Introdueixi aquí el seu comentari

Les respostes qualitatives d'aquest apartat permeten aproximar-nos a les dificultats dels agents culturals derivades de la pandèmia.

Els enquestats expressen de manera manifesta el fet de no haver rebut cap ajuda i de viure precàriament, a vegades pel fet de no ser ni empresa ni autònom, el que impossibilitat que tinguin dret a rebre ajudes. Sovint

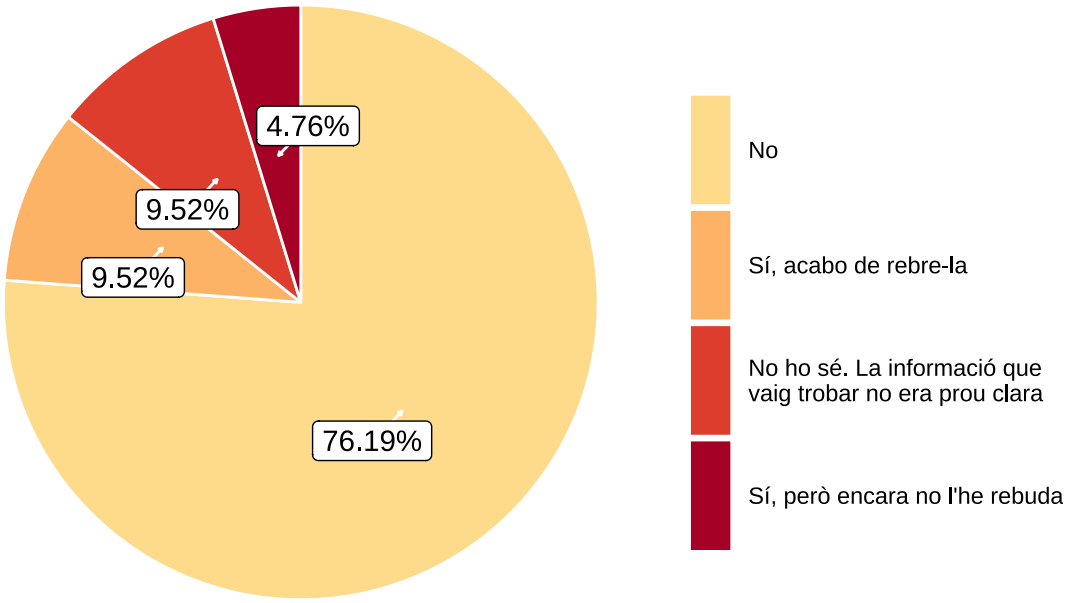


Figura 5.18: Accés als ajuts.

En altres casos, es denuncia que les ajudes són insuficients, i que no s'adapten a les despeses reals de cada autònom, mentre que en un altre cas, tot i estar dins la casuística per optar a demanar els ajuts, es va optar per no fer-ho perquè es va considerar que aquesta mesura temporal no ajudaria estructuralment a resoldre la crisi del sector com a conseqüència de la pandèmia.

Finalment, un dels enquestats manifestat el seu neguit per la contradicció d'haver-li estat denegada la subvenció per les activitats previstes, atès que es preveia la presència de públic així com els desplaçaments a l'estranger. El fet de no comptar amb la subvenció suposa aturar tota l'activitat prevista per a la tardor del 2020 i per tant una reprogramació sobre l'activitat inicialment prevista.

E3. Creu que les mesures desplegades seran suficients per fer front als problemes causats per la COVID-19 en el SCC?

Pel que fa als ajuts generats per Andorra a les quals el sector cultural pot acollir-se, la Figura 5.19 (amb una taxa de resposta del 85%) mostra la valoració d'1 a 5 sobre la suficiència dels ajuts específicament dissenyats i implementats per gestionar la crisi. En el cas dels enquestats que van afirmar tenir accés a ajudes, el gràfic mostra de l'1 al 5 el nivell de suficiència percebuda.

Si analitzem el conjunt de les respostes, es desprèn una valoració força negativa

de la utilitat dels ajuts rebuts, la majoria de respostes (58%) reben una puntuació inferior a 3. Per tant, de mitjana els enquestats consideren els ajuts insuficients per fer front a la situació. Entre aquests, un 39% li dona la puntuació més baixa (1 sobre 5) considerant-los ajuts poc útils. Un 19% els valora amb un 2 sobre 5, i un 22% amb un 3 sobre 5. En l'extrem oposat, només un 8% els valora amb un 5 sobre 5.

Els enquestats han valorat la suficiència dels ajuts amb una nota de 2.3 sobre 5.

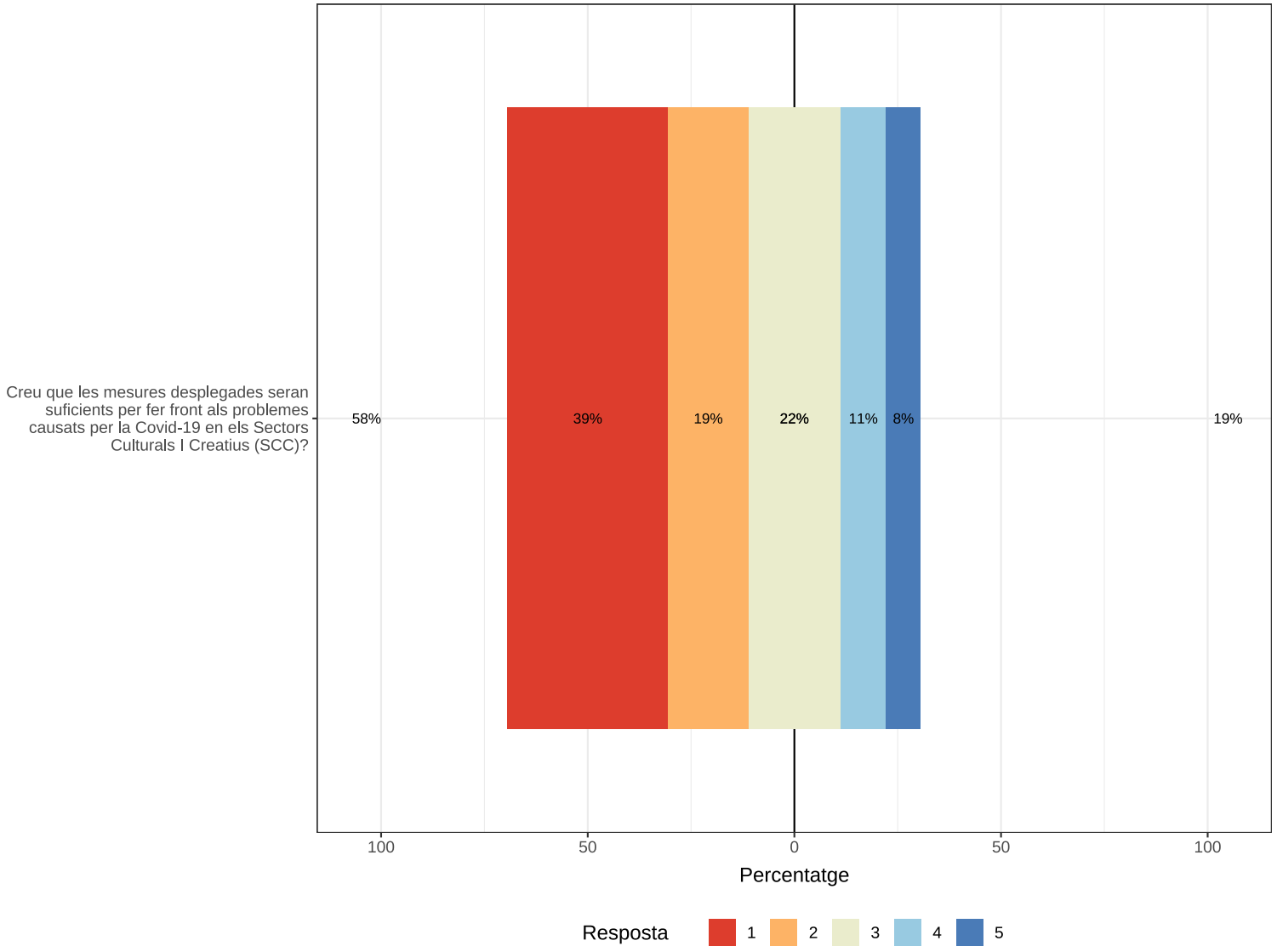


Figura 5.19: Valoració de les mesures desplegades per enfrontar-se a la crisi.

E4. Indiqui quines de les següents institucions han ofert ajudes o assistència d'algun tipus.

Pel que fa als ajuts, la Figura 5.20 mostra la distribució percentual de l'origen dels ajuts oferts per tipus d'institució, concentrant-se en les administracions públiques, les associacions i ONG, o les organitzacions filantròpiques.

A partir de les respostes, la institució que ha estat identificada majoritàriament com la que més ajuts ha proporcionat al sector és el Govern d'Andorra, amb un 66.67%. En un segon lloc, la institució que segueix, són els Comuns amb un 33.33%. Prop d'un 12% només identifica ajuts procedents d'organitzacions filantròpiques. Finalment, tan sols un 4.76% identifica ajuts procedents d'associacions professionals i ONG. Per tant, l'origen de la majoria d'ajuts públics existents són de caràcter públic.

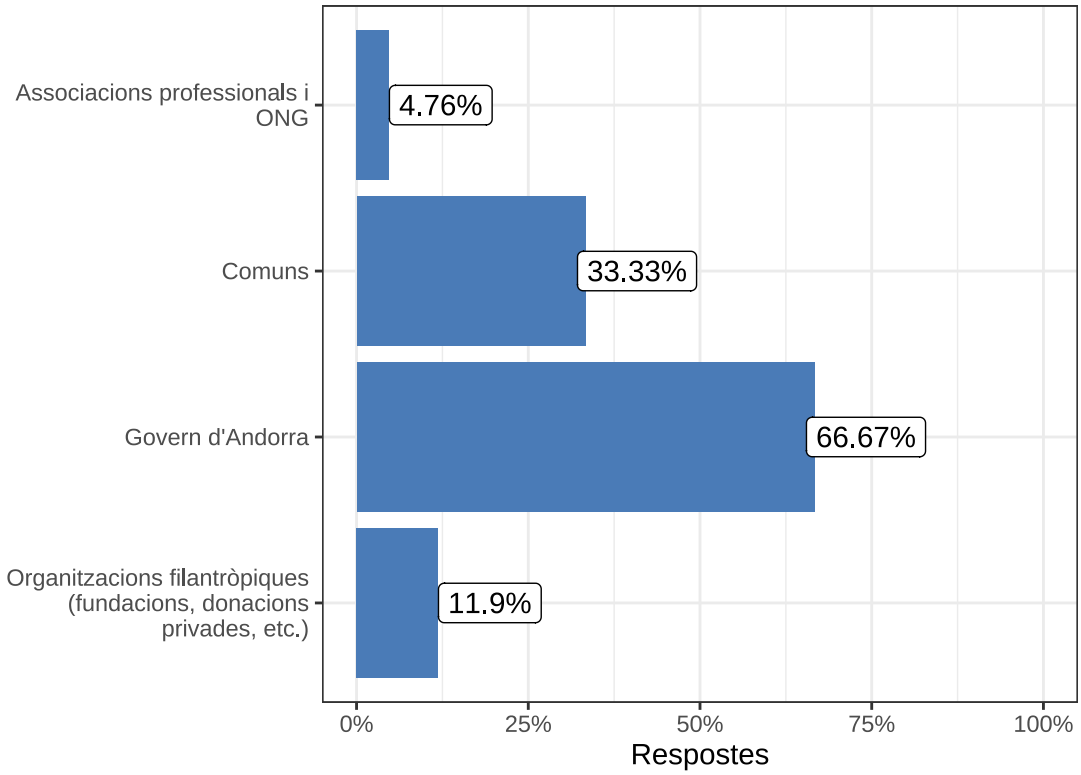


Figura 5.20: Institucions principals que han ofert ajuts.

Aquesta pregunta admet una múltiple resposta per saber quin ha estat l'origen dels ajuts. Un 26.19% dels agents que han respost (11 sobre 42) manifesten conèixer les ajudes públiques ofertes tant per Govern d'Andorra, com pels Comuns. 13 enquestats sobre 42 només han demanat l'ajuda del Govern, el que suposa un 28.57%. I 2 enquestats sobre 42 només als comuns, el que suposa un 4.76% (veure Figura 5.21).

En un sol cas, s'ha demanat ajuda tant a les administracions públiques (Comuns i Govern), com a una Associació/ONG. També trobem un sol cas en què s'ha demanat ajuda a Govern i a una Associació/ONG; i un altre cas en què s'ha demanat ajuda al

Govern i a una Organització filantròpica. Finament, tres casos que suposa un 7.14% han demanat ajuda tant a Govern com a organitzacions filantròpiques.

La majoria dels enquestats considera clarament insuficients els ajuts públics al sector, refermant els resultats de la pregunta E1, en què tan sols un 14.28% de les organitzacions manifestava haver tingut accés a ajuts.

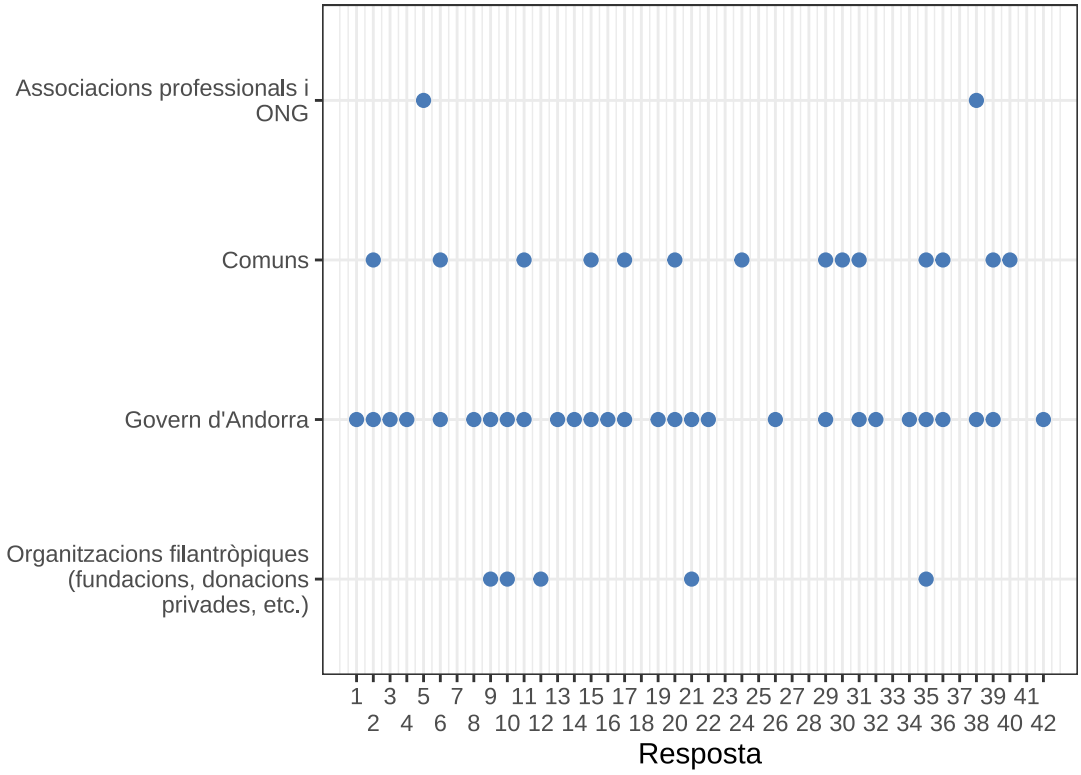


Figura 5.21: Resposta dels enquestats als ajuts.

E4. Altres

En aquest apartat dels ajuts, a partir de les respostes recollides sembla haver un cert desconeixement i un cert descontentament. Per un costat, mentre que un cas es considera insuficient el nombre i tipus d'ajuts, en un altre es mostra un desconeixement pel que fa a les ajudes que s'ha ofert.

E5. Quines mesures creieu que serien les més eficaces per contrarestar els efectes de la COVID-19 en el SCC?

Més enllà de la valoració dels ajuts públics atorgats, calia valorar quines havien estat les mesures més escaients per contrarestar els efectes de la crisi sobre el SCC.

La pregunta demana ordenar les mesures que en opinió dels agents culturals participants serien les més efectives per solucionar la crisi. Es demana als enquestats

ordenar una sèrie de propostes de més a menys efectiva. El gràfic permet veure el percentatge atorgat a cada una de les propostes. La interpretació s'ha fet a partir de l'ordre atorgat a les categories. Les posicions 1, 2 i 3, son mesures més ben valorades per contrarestar els efectes de la crisi. La posició 4 seria un valor mig i les posicions de 5 a 7 es considerarien mesures menys ben valorades per part del sector.

Segons la Figura 5.22 (amb una taxa de resposta del 100%), les dues mesures més ben valorades són les d'augmentar la contractació pública de les organitzacions culturals amb prop d'un 55% i amb un 50%, la necessitat de dissenyar un pla estratègic integral i sistemàtic per fomentar la recuperació del SCC.

Es valora la necessitat d'una una aposta i una intervenció de l'estat per fer front i contrarestar els efectes de la crisi en el SCC. En certa manera, aquest resultat demostra com el SCC reclama que es creï una estratègia per donar resposta a les seves necessitats i que garanteixi la viabilitat d'un sector important. En aquest sentit, el Llibre Blanc de la Cultura, que aviat veurà la llum serà un abans i un desprès per al món de la cultura a Andorra.

Amb un 24% dels enquestats que la situen en primer i segon lloc, es posa de manifest la necessitat de campanyes de comunicació per sensibilitzar la demanda local, però és cert que mentre que un 19% ho valoren amb un 2, tan sols un 5% el valoren amb la màxima puntuació. Si es té en compte els que ho han valorat amb un 3 sobre 7 (19%), sumaria un total d'un 43%. Per tant, la comunicació i les ajudes estarien molt a prop l'una de l'altra.

Amb un 28%, se situen les ajudes per a la solvència de les empreses, repartit a parts iguals entre els que ho valoren com les més escaients amb un 1 sobre 7 (14%), els que ho valoren amb un 2 sobre 7 (14%). Si es té en compte els que ho han valorat amb un 3 sobre 7 (10%), sumaria un total d'un 38%.

Amb un 13%, les mesures per fomentar l'ocupabilitat del sector, i com en el cas anterior, un 7% valora aquesta mesura amb un 2, mentre que un 5% ho fa amb un 1.

Les dues últimes mesures són en relació als impostos. Mentre que un 21% valora l'ajornament amb una posició entre 1 i 3, tan sols un 14% valora la reducció de l'IGI dels productes i serveis culturals (entre 1 i 3) com a mesura per potenciar la demanda i el consum cultural.

Aquest resultat mostra que per al SCC és especialment important promoure polítiques públiques des del costat de l'oferta (augmentar la contractació). Les mesures que es consideren menys rellevants per contrarestar els efectes de la crisi sobre el sector són les relatives a l'ajornament o la reducció d'impostos.

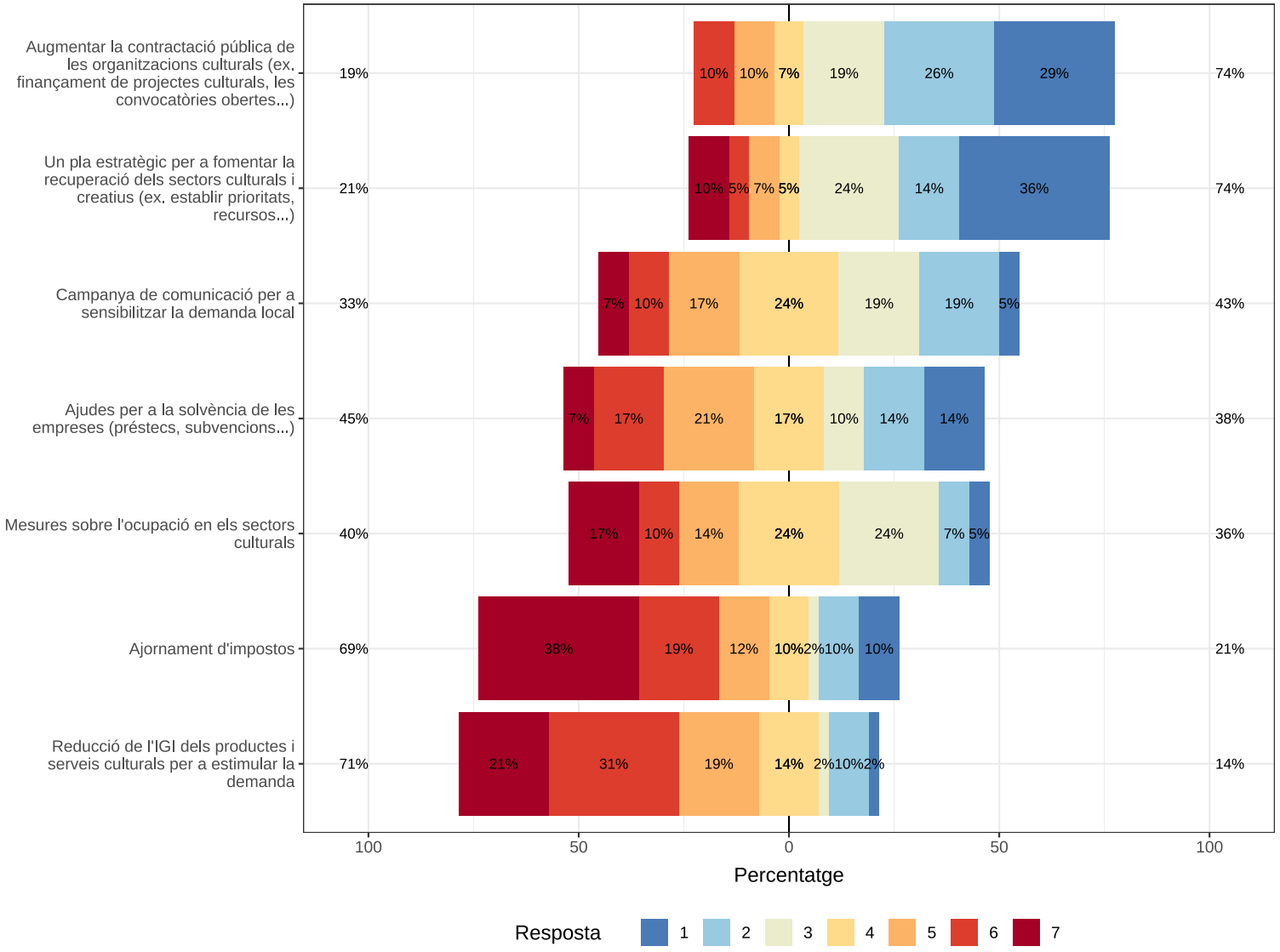


Figura 5.22: Percepció sobre la utilitat de les mesures.

E6. Proposaria alguna mesura específica pel seu subsector d'organització?

Aquesta pregunta de caràcter obert té com a objectiu copsar les necessitats i propostes dels agents culturals amb relació a com reflotar l'activitat del seu subsector.

Mesures per fer front al confinament i a la situació de distanciament social.

En ser demanats sobre les mesures per fer front al confinament i el consegüent distanciament social, els enquestats proposaven diferents alternatives com per exemple: el fet d'organitzar les activitats culturals en espais més grans, i que en general fossin espais més adaptats. En la mateixa línia dels espais i els aforaments, es proposa reduir-los, alhora que conscienciar sobre l'ús de la mascareta i la necessària distància social per tal que esdevinguin *COVID-Free*, com per exemple en el cas concret d'espais de ball. En aquest sentit, consideren important infondre tranquil·litat a l'exterior amb una informació clara sobre els casos reals del virus.

També els preocupa poder seguir facturant durant el confinament. En aquest sentit, es proposa subvencionar una retribució d'aturada de treball pels treballadors culturals, equivalent als mesos d'aturada de treball i de davallada significativa d'ingressos proporcional a aquests.

Mesures per recuperar l'activitat després del confinament i del distanciament social.

En ser demanats sobre les mesures per recuperar l'activitat després del confinament i el consegüent distanciament social els enquestats proposaven diferents alternatives com per exemple: que es reobrissin els espais d'oci o el fet d'incentivar la contractació pública d'entitats i petites i mitjanes empreses andorranes. Per tal efecte, es proposa reduir l'impost cultural a 0% per fomentar la contractació privada.

Una de les propostes apostava perquè des de les administracions públiques s'equiparés la inversió pública en cultura, a les inversions per a la captació de turisme.

Finalment, es proposa fomentar una conducta responsable en relació amb el manteniment de la distància social i a l'ús de la mascareta per generar espais lliures de COVID-19 on poder desenvolupar esdeveniments culturals.

E7. Li agradaria afegir alguna cosa més sobre els efectes de la COVID-19 sobre el SCC?

Pel que fa a consideracions sobre l'impacte de la COVID-19 i la recuperació del SCC, i a poder afegir més propostes o fer constar més necessitats, en un dels casos l'enquesta manifesta la retallada constant que es fa en el món de la cultura en un entorn de crisi econòmica, quan, de fet, el consum cultural suposa molts beneficis per a les persones i, en moments de crisi, és quan paradoxalment hi ha més demanda. Per tant, l'educació formal i l'educació no formal en què tindríem la cultura esdevenen dues prioritats per als agents del SCC. Una de les conseqüències inevitables que es veuen és l'augment de la precarietat del personal que treballa al sector, que serà un dels que més fortament serà colpejat.

6 | Conclusions

És important no oblidar que els resultats d'aquesta enquesta fan referència al període de confinament. De fet, l'enquesta es va passar en un moment immediatament posterior. Els resultats ens mostren com el sector ha reaccionat a les conseqüències de la situació sobrevinguda del confinament.

S'ha de dir que aquest estudi presenta limitacions, atès que no s'ha pogut arribar a la totalitat dels agents culturals d'Andorra. Per tant, hem de considerar les 42 respostes obtingudes com a una mostra representativa de l'opinió del sector cultural i creatiu d'Andorra.

Una de les primeres conclusions és la necessitat d'un segon estudi per mesurar com el sector està lidiant amb les adversitats que comporten les mesures de distanciament social i restricció d'aforament per a l'organització d'esdeveniments culturals. Un segon gran resultat que es desprèn de les respostes és la resiliència que ha presentat el sector cultural i creatiu enfront de la pandèmia. Les solucions i propostes que ha fet el sector, gràcies a la creativitat i a la digitalització, ha permès trobar noves vies per subsistir o per reinventar-se.

Seguint l'estructura del qüestionari, el primer que es desprèn dels resultats és que la majoria dels agents que l'han respost pertanyen al sector de les arts escèniques, les arts audiovisuals i, en tercer lloc, al sector dels gestors de patrimoni cultural. La majoria de treballadors són autònoms i només un 38% són assalariats amb empreses que, en general, facturen menys de 15.000€/any.

Davant la situació de confinament els agents del sector cultural i creatiu van haver d'implementar mesures diferents per adaptar-se a la nova situació. El teletreball es va imposar com a pràctica més estesa de la mateixa manera que en la majoria de llars i altres sectors de l'economia. Altres mesures que s'han donat han estat la reducció de l'activitat de manera notable i, en el moment de l'enquesta, el nombre d'acomiadaments era encara baix. D'entre totes cal destacar que la digitalització (així com els processos que se'n deriven) ha estat clau per sobreviure a les dificultats del confinament, no tan sols en la tipologia de les mesures necessàries per afrontar la crisi, sinó com a una eina facilitadora. El 2016, un estudi sobre la digitalització dels museus d'Andorra apuntava la necessitat d'imposar una planificació i una estratègia digital als museus

que els permetés avaluar i obtenir dades rellevants en el procés de presa de decisions de les institucions, en aquest cas museístiques, però que a la vista dels resultats d'aquesta enquesta actual, en el 2020, podem fer extensiu a la resta d'institucions culturals (Yáñez 2016).

El segon apartat analitza com les empreses i organitzacions han desenvolupat estratègies per adaptar-se a la crisi, així com quines són les necessitats futures que sorgeixen. Els agents culturals han centrat els seus esforços en repensar com adaptar-se a un nou escenari desconegut, incert i canviant. Sense cap dubte, afirmen que s'ha produït un alentiment de l'activitat i que la parada parcial o total de l'activitat ha tingut un impacte amb efecte dominó, en els nombrosos oficis que hi intervenen. Han centrat una part important dels seus esforços en la comunicació online. Novament veiem la importància de la digitalització. Les institucions han utilitzat la tecnologia per optimitzar el seu funcionament, com a eina de màrqueting i comunicació, utilitzant Internet com una finestra al món.

El confinament i la digitalització també han portat a les institucions, i als artistes i creadors, a reinventar-se donant pas a noves idees i a nous canals d'expressió i, per tant, a nous formats creatius. Un exemple clar n'és el projecte audiovisual "Jonca en dansa", protagonitzat per 49 joves artistes del país, entre els quals, 39 músics de la JONCA, 6 percussionistes de l'Espai de Música Moderna i 4 joves ballarins de l'Escola Líquid Dansa[1]. És interessant veure que la tecnologia està transformant la comunicació i la divulgació de les institucions culturals. El potencial de les TIC suposa una nova via i la manera de treballar aporta noves tasques, estratègies i competències per als gestors culturals (Yáñez 2016).

Seguint aquest corrent creatiu, la majoria d'agents culturals enquestat afirmen haver dut a terme alguna iniciativa cultural gratuïta durant el confinament, i també haver rebut propostes per participar-ne. Certament, demostra la tenacitat d'un sector que lluita contra les inclemències de la crisi.

Parlant del comportament del consum cultural, una majoria afirma haver incrementat el seu temps de consum, especialment en plataformes digitals per consumir diferents productes online, com ara continguts audiovisuals, música o llibres. En aquest sentit, en ser demanats sobre les necessitats per reflotar l'activitat, majoritàriament prioritzen el suport públic a programar esdeveniments culturals per sobre de la necessitat de treballar a través d'ajuts, que es considera una mesura insuficient.

No podem obviar l'impacte econòmic a curt termini que la COVID-19 i el confinament ha suposat també per aquest sector. Les pèrdues del sector són inequívoques. Si bé el primer trimestre, un 53% dels enquestats afirmaven no tenir pèrdues, durant el segon trimestre, ja sortint del confinament, la xifra baixa fins a un 21% que afirmen

[1]Fundació ONCA. https://www.youtube.com/watch?v=IeolTv7cc2U

no tenir pèrdues, i un altre 21% que afirmen haver perdut més del 75% dels ingressos esperats.

Entrant més en detall en com la situació actual ha afectat l'activitat de les empreses del sector, l'efecte més rellevant de la crisi és la pèrdua de negoci amb les pèrdues de vendes i demandes cancel·lades (68%). El retard en l'organització dels esdeveniments per un panorama incert també és una de les grans preocupacions del sector (63%). De la mà van els impediments físics per dur a terme produccions o esdeveniments, o el fet que els artistes i les companyies no puguin desplaçar-se.

En l'apartat dedicat a analitzar els efectes que la COVID-19 pugui tenir a llarg termini sobre les organitzacions i quines són les expectatives del sector, veiem que el sector presenta un cert optimisme. Mentre que uns creuen que la seva organització serà capaç d'adaptar-se a aquesta nova situació (40.48%), una part important creu que, malgrat l'impacte i amb problemes importants, serà capaç de tirar endavant i continuar funcionant (28.57%). Del costat negatiu cal destacar una part que veu com l'impacte demanarà ajustar la força de treball (4.76%) i en altres casos haurà de tancar (2.38%).

Els enquestats preveuen una creixent intensificació en la precarietat[2] d'un sector afectat per la temporalitat i la irregularitat (81%) (Montalto et al. 2020). Novament, sorgeix la digitalització del sector com a una oportunitat per reflotar-lo després de la crisi. Els enquestats valoren en un 50% que aquesta digitalització pot aportar nous models de negoci en el sector, noves estratègies d'organització, una millor estructuració sectorial i afavorir la creació de xarxes sectorials i *hubs*. Finalment, cal destacar la importància d'entendre la cultura com a palanca de canvi. En aquest sentit, cal millorar la percepció del valor econòmic i social de les activitats culturals i creatives.

Entrant ja a la recta final, cal analitzar la resposta de les diferents administracions; quins han estat els ajuts disponibles i quines han estat les mesures implementades per pal·liar els efectes de la crisi sobre el SCC. Una de les conclusions ha estat que les ajudes han estat poques i insuficients. Un 76.19% afirma no haver rebut ajudes, o només un 14.38% afirma haver-ne rebut. Cal considerar altres conseqüències de l'alentiment o de l'aturada de l'activitat del sector, com l'impagament de: lloguers, nòmines, factures, impostos, endeutament, pèrdua d'inscripcions a associacions i activitats diferents, etc. En aquest sentit, la majoria dels enquestats consideren que les ajudes han estat insuficients.

La institució que ha liderat l'atorgament d'ajudes és el Govern d'Andorra, seguit pels Comuns. Destaca de manera molt positiva el rol que han jugat les Associacions i ONG, o les institucions filantròpiques en donar ajuts. Aquestes constitueixen prop d'un 17% dels ajuts atorgats.

[2]Perspectiva del llocs de treball de la cultura a Europa. Montalbo, V. (2020). https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC120876/kjna30249enn_1.pdf

Un dels grans reptes és identificar quines mesures es consideren més eficaces per contrarestar els efectes. Segons l'opinió dels agents culturals s'hauria de prioritzar la promoció de polítiques per augmentar l'oferta cultural, alhora que caldria un pla estratègic per fomentar la recuperació del sector cultural i creatiu, per sobre de mesures com els ajuts o l'ajornament o reducció d'impostos.

Finalment, els agents culturals i creatius d'Andorra aposten per fomentar una conducta responsable en relació al manteniment de la distància social i a l'ús de la mascareta per recuperar l'obertura dels espais d'oci. Alhora, proposen incentivar la contractació pública d'entitats i petites i mitjanes empreses andorranes, reduir l'impost cultural a 0%, o equiparar les inversions públiques en cultura a inversions semblants com podrien ser les destinades a la captació de turisme.

La crisi ha estat crítica pel SCC, per les conseqüències derivades de la pèrdua sobtada i massiva d'oportunitats d'ingressos. Aquesta crisi crea una amenaça estructural per a la supervivència de moltes empreses i treballadors en la producció cultural i creativa, el que portaria a que moltes empreses petites i professionals autònoms essencials per al sector podrien patir fallida. Està demostrat que la cultura contribueix a la salut mental i al benestar, i així es va poder veure com durant el període de confinament es va experimentar un augment planetari del consum cultural, amb un efecte dominó, en què moltes institucions culturals van obrir el coneixement proporcionant contingut en línia gratuïtament, el que va suposar una democratització de l'accés a la cultura.

En un escenari postconfinament, cal repensar models de negoci sostenibles que garanteixin la supervivència del sector. Si deixem enrere la part més fràgil del sector, es perdria una part del teixit econòmic i cultural el que podria provocar danys econòmics i socials irreparables. Els models de negoci sostenibles durant i després de la crisi inicial són imprescindibles per a la supervivència del sector. Deixar enrere la part més fràgil del sector podria provocar danys econòmics i socials irreparables. A curt termini el repte és dissenyar suports públics per pal·liar els impactes negatius, però alhora el repte està en identificar noves oportunitats a mitjà termini per als diferents actors dedicats a la producció cultural i creativa[3].

[3] https://www.oecd.org/cfe/leed/culture-webinars.htm

Bibliografia

[1] Raúl Abeledo. *Análisis del impacto del Covid-19 sobre las organizaciones y agentes culturales en España. ECONCULT*. Inf. tèc. Universitat de València, 2020. URL: http://www.econcult.eu/wp-content/uploads/2020/07/Esp-covid-19_compressed.pdf (v. la pàg. 16).

[2] Enrique Bustamante i Inmaculada Ballesteros. *Informe sobre el estado de la Cultura 2020. La acción cultural exterior de España. Análisis y propuestas para un nuevo enfoque.* Inf. tèc. Observatorio de Cultura y Comunicación Fundación Alternativas. Madrid., 2020. URL: https://www.fundacionalternativas.org/public/storage/publicaciones_archivos/78ec608c0961f46fd8c132501430a254.pdf (v. la pàg. 8).

[3] Patricia Corredor. *El estado de la cultura en España (2020): dos encuestas, dos fotografías complementarias sobre la situación de la cultura.* Inf. tèc. Observatorio de Cultura y Comunicación, Fundación Alternativas. Madrid, 2020. URL: https://www.fundacionalternativas.org/public/storage/publicaciones_archivos/78ec608c0961f46fd8c132501430a254.pdf (v. la pàg. 8).

[4] Philippe Kern. *The impact of the COVID-19 pandemic on the Cultural and Creative Sector.* Inf. tèc. Council of Europe. KEA., 2020. URL: https://keanet.eu/wp-content/uploads/Impact-of-COVID-19-pandemic-on-CCS_COE-KEA_26062020.pdf.pdf (v. la pàg. 6).

[5] Valentina Montalto et al. *European Cultural and Creative Cities in Covid-19 times. Jobs at risk and the policy response.* Inf. tèc. European Comission, 2020. URL: https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/bitstream/JRC120876/kjna30249enn_1.pdf (v. la pàg. 56).

[6] Cristina Yáñez. "Anàlisi de la implantació de les TIC als museus d'Andorra. Bases per al disseny i desenvolupament d'una estratègia d'avaluació com a eina de gestió." Tesi doct. Universitat d'Andorra, 2016. URL: https://www.tdx.cat/handle/10803/353859 (v. la pàg. 55).

Informes

Alerta Roja:
https://alertarojaeventos.com

Chebec Project:
https://chebec.interreg-med.eu

Compendium of Cultural Policies & Trends:
https://www.culturalpolicies.net/covid-19/online-initiatives

Coronavirus (COVID-19) and cultural and creative sectors: impact, innovations and planning for post-crisis:
https://www.oecd.org/cfe/leed/culture-webinars.htm

COVID-19 Arts Sector Impacts:
https://www.artsfund.org/covid-19-arts-sector-impacts &
https://www.artsfund.org/wp-content/uploads/2020/05/One-Pager_April_v5.pdf

COVID-19 Solidarity and Emergency Response in Europe:
https://cultureactioneurope.org/news/covid-19-solidarity-and-emergency-response-in-europe-in-arts-culture-cultural-heritage-and-creative-sectors

COVID-19 Solidarity and Emergency Response:
https://cultureactioneurope.org/files/2020/06/COVID_19_solidarity_paper_v03.pdf

Culture Action Europe:
https://cultureactioneurope.org

Culture and public policy for sustainable development, Forum of Ministers of Culture, 2019:
https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371488

Culture Schock: COVID-19and the cultural and creative sectors:
https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/culture-shock-covid-19-and-the-cultural-and-creative-sectors-08da9e0e/#section-d1e44

Culture 21. Agenda 21. #CULTUREcovid19:
http://www.agenda21culture.net/culturecovid19

Culture 2030 Indicators (2019). UNESCO:

https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000371562

Econcult (2020). Impacto COVID-19 sobre el sector cultural y creativo. Facultat d'Economia, Universitat de València:
http://www.econcult.eu/wp-content/uploads/2020/06/Avance-Resumen-Ejecutivo-Encuesta-COVID-19-1.pdf

El estado de la cultura en España (2020): dos encuestas, dos fotografías complementarias sobre la situación de la cultura, (p. 152):
https://www.fundacionalternativas.org/public/storage/publicaciones_archivos/78ec608c0961f46fd8c132501430a254.pdf

Employment in the Cultural and Creative Sector:
https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/BRIE/2019/642264/EPRS_BRI(2019)642264_EN.pdf

European Cultural Foundation. Future of Culture and Creative sectors in post COVID-19 Europe:
https://www.culturalfoundation.eu/library/future-of-culture-and-creative-sectors-in-post-covid-19-europe

Eurostat: Cultural Statistic-Cultural Employment:
https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/index.php?title=Culture_statistics_-_cultural_employment
https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/pdfscache/44958.pdf
https://ec.europa.eu/eurostat/documents/3217494/10177894/KS-01-19-712-EN-N.pdf/915f828b-daae-1cca-ba54-a87e90d6b68b

Indicadors Temàtics per a la Cultura a l'Agenda 2030:
https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000373570

Interacció DIBA. Barcelona:
http://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2020/cal-cop-de-ma

Museos, profesionales de los museos y COVID-19. ICOM:
http://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/museos_profesionales_de_los_museos_y_covid-19.pdf

Museums Around the World in the Face of COVID-19:
http://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/museums_around_the_world_in_the_face_of_covid-19.pdf

UNESCO Los museos ante los desafíos de COVID-19:
https://es.unesco.org/news/museos-desafios-covid-19-continuan-comprometidos-comunidades

Museos, profesionales de museus y COVID-19. ICOM. Enquesta de l'ICOM, fins al 5 d'octubre:

http://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/museos_profesionales_de_los_museos_y_covid-19.pdf

MUSEUMS AROUND THE WORLD IN THE FACE OF COVID-19. UNESCO: http://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/museums_around_the_world_in_the_face_of_covid-19.pdf

NEMOS survey on the impact of COVID-19 situation on museums in Europe: https://cercles.diba.cat/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=46336

OECD Policy Responses to Coronavirus (COVID-19). Culture shock: COVID-19 and the cultural and creative sectors: https://www.oecd.org/coronavirus/policy-responses/culture-shock-covid-19-and-the-cultural-and-creative-sectors-08da9e0e/

The Economic Impact of Coronavirus on the Arts and Culture Sector: https://www.americansforthearts.org/by-topic/disaster-preparedness/the-economic-impact-of-coronavirus-on-the-arts-and-culture-sector

UNESCO "Culture & COVID-19: Impact and Response Tracker": https://en.unesco.org/news/culture-covid-19-impact-and-response-tracker

A | Enquesta

L'actual crisi de la Covid-19 està afectant en gran manera a les organitzacions dels Sectors Culturals i Creatius (SCC). Ajuda'ns a conèixer en quina manera s'han de desplegar les polítiques públiques per pal·liar els efectes de la crisi, en primer lloc, i com impulsar la recuperació un cop acabin les mesures de confinament. L'objectiu d'aquest estudi és examinar els efectes de la Covid-19 a les organitzacions dels Sectors Culturals i Creatius (SCC), les mesures i estratègies utilitzades per adaptar-se a aquests efectes i la disponibilitat de suport per a la recuperació d'un sector clau per a la economia. Aquesta enquesta dirigida als agents culturals per analitzar l'impacte de la Covid-19 ha estat dissenyada per l'equip Econcult (GIUV2016-297) de la Universitat de València. L'enquesta ha estat implementada en diferents territoris. Els resultats d'Andorra podran ser analitzats a futur amb els resultats de regions veïnes. Aquesta informació resultarà de gran utilitat per a l'anàlisi de la situació actual, ajudant a una millor comprensió de quines polítiques culturals seran necessàries un cop finalitzat el confinament. L'enquesta és anònima, i la recopilació de dades s'utilitzarà estrictament per al projecte de recerca i el conjunt de dades anònims es posarà a disposició de qui ho sol·liciti. En respondre el qüestionari, vostè certifica que és major d'edat i accepta que les seves respostes siguin utilitzades pel GRIE (Grup Interdisciplinari en Educació) de la Universitat d'Andorra. Per a més informació, si us plau contacteu amb cyanez@uda.ad i adorca@uda.ad El temps estimat per respondre l'enquesta és d'uns 10 minuts. Gràcies pel seu temps.

Secció A: SECCIÓ A. DADES DE L'ORGANITZACIÓ

A1. A quina parròquia pertany la seva organització?

- [ ] Canillo
- [ ] Encamp
- [ ] Ordino
- [ ] La Massana
- [ ] Andorra la Vella
- [ ] Sant Julià de Lòria
- [ ] Escaldes-Engordany
- [ ] Altres

Altres

A2. Dins dels Sectors Culturals i Creatius (SCC), a quin subsector pertany la seva organització?

- [ ] Arts escèniques (teatre, música, dansa, circ,...)
- [ ] Patrimoni cultural (llocs històrics, biblioteques, museus...)
- [ ] Arts Visuals (pintura, fotografia, digital, audiovisual, cinema...)
- [ ] Disseny i Arts Aplicades (arts decoratives, moda, gràfica, artesania)
- [ ] Llibres de literatura i lectura (edició, escriptura, publicació i traducció)
- [ ] Arquitectura
- [ ] Altres

Altres

A3. Quina és la seva situació professional?

- [ ] Soc un treballador autònom sense empleats
- [ ] Soc el propietari o gerent, a càrrec de diversos treballadors
- [ ] Soc personal de l'organització
- [ ] Combino la meva activitat cultural/artística/creativa amb un treball en un altre sector
- [ ] Treballador en situació irregular
- [ ] Altres

Altres

A4. Quina és la facturació anual aproximada de la seva organització? (Facturació: ingressos d'una empresa per vendes o prestació de serveis en un període concret)

- [ ] Menys de 15.000€
- [ ] 15.000 a 30.000€
- [ ] 30.001 a 50.000€
- [ ] 50.001 a 100.000€
- [ ] Més de 100.000€
- [ ] No tinc accés a aquesta informació
- [ ] NS/NC
- [ ] Altres

Altres

Secció B: SECCIÓ B. ACCIONS EMPRESES PER LES ORGANITZACIONS

B1. Si us plau, indiqui quines mesures ha pres la seva organització per a adaptar-se a la situació actual causada per la Covid-19.

- [ ] L'organització ha implementat el treball des de casa
- [ ] L'organització ha reduït la seva activitat al mínim, fins al final del confinament
- [ ] L'organització ha incrementat els seus esforços i inversions en la digitalització de la seva activitat (ex. campanyes online, augment de la presència en les xarxes, millora del lloc web...)
- [ ] L'organització s'ha vist obligada a ajustar la seva plantilla (ex. reducció de personal, reducció d'hores)
- [ ] Altres

Altres

B2. Si us plau, indiqui de l'1 al 5 el temps que ha assignat a les següents activitats durant el confinament (on 1 és el temps mínim i 5 el temps màxim).

	1	2	3	4	5
Treball d'administració i gestió, inclosa la localització de les ajudes disponibles	☐	☐	☐	☐	☐
Formació i adquisició de noves habilitats	☐	☐	☐	☐	☐
Augment de les activitats de comunicació: difusió, màrqueting online	☐	☐	☐	☐	☐
Creació de noves idees i productes o projectes en els quals no vaig tenir temps de treballar	☐	☐	☐	☐	☐
Adaptació dels serveis/productes al nou escenari de mitjà termini (ex. adaptació al format online, ús de productes de proximitat...)	☐	☐	☐	☐	☐
Anàlisi del mercat (diagnòstic de la situació, perspectives de la demanda...)	☐	☐	☐	☐	☐
Gestió de l'arxiu, posada al dia del treball endarrerit	☐	☐	☐	☐	☐
Repensar el model de negoci i els processos de treball	☐	☐	☐	☐	☐

B3. Quant a les iniciatives culturals gratuïtes...

	Sí	No ho sé	No
Ha dut a terme alguna iniciativa cultural gratuïta durant el confinament?	☐	☐	☐
Ha rebut propostes per a participar en iniciatives culturals gratuïtes?	☐	☐	☐

B4. Si us plau, indiqui en quina mesura ha augmentat el seu consum cultural durant el confinament (on 1 és el temps mínim i 5 el temps màxim)

1 ☐
2 ☐
3 ☐
4 ☐
5 ☐

B5. Si ha consumit béns culturals, ordeni els béns següents segons les hores dedicades a cadascun:

Visites virtuals a museus i exposicions online / biblioteques digitals / arxius	☐
Visualitzar contingut audiovisual a través d'una plataforma online	☐
Visitar iniciatives culturals online que sorgeixen com a resposta a la situació de confinament	☐
Jugar a videojocs	☐

Llegir llibres	☐
Escoltar música	☐

B6. Si us plau, indiqui en quin grau té necessitats en relació amb les següents qüestions (on 1 és "Necessitat mínima" i 5 és "Necessitat màxima").

	1	2	3	4	5
Informació per a reprogramar l'activitat de l'organització (ex. Esdeveniments, concerts, reunions)	☐	☐	☐	☐	☐
Adaptar l'activitat de l'organització a l'entorn digital	☐	☐	☐	☐	☐
Informació clara sobre les ajudes disponibles i com accedir a elles	☐	☐	☐	☐	☐
Liquiditat (capacitat de complir amb les obligacions econòmiques)	☐	☐	☐	☐	☐
Compatibilitzar el treball remot amb la vida domèstica (ex. Requisits tècnics, conciliació, disponibilitat d'espai de treball...)	☐	☐	☐	☐	☐

Secció C: SECCIÓ C. EFECTES ECONÒMICS ACTUALS DE LA COVID-19 EN LES ORGANITZACIONS

C1. En quina mesura ha experimentat pèrdues d'ingressos en el trimestre gener-març?

	No hi ha pèrdues d'ingressos	10% a 40% dels ingressos trimestrals esperat	40% a 75% dels ingressos trimestrals esperats	Més del 75% dels ingressos trimestrals esperats	No estic segur, no puc calcular-ho
En quina mesura ha experimentat pèrdues d'ingressos en el trimestre gener-març?	☐	☐	☐	☐	☐
En quina mesura preveu vosté pèrdues d'ingressos en el trimestre d'abril-juny?	☐	☐	☐	☐	☐

C2. Com ha afectat la situació actual de la Covid-19 a l'activitat de la seva organització? Si us plau, indiqui de l'1 a 5 el seu grau d'acord o desacord en les afirmacions següents (on 1 significa "Molt en desacord" i 5 "Molt d'acord").

	1	2	3	4	5
Pèrdua de vendes / demandes cancel·lades	☐	☐	☐	☐	☐
Retard en l'organització d'esdeveniments gestionats per la meua organització	☐	☐	☐	☐	☐
Impossibilitat de participar o assistir a una fira o exposició important	☐	☐	☐	☐	☐
Pèrdua d'oportunitats de negoci amb altres socis (ex. Negociacions en curs, reunions programades...)	☐	☐	☐	☐	☐
Impediments físics (ex. Per a produir obres d'art, practicar l'actuació, anar al taller...)	☐	☐	☐	☐	☐
Molts proveïdors no poden assegurar el subministrament a curt termini	☐	☐	☐	☐	☐

	1	2	3	4	5
Reducció de la força de treball i retallada de personal	☐	☐	☐	☐	☐
Si aquesta situació li ha afectat d'alguna altra manera, per favor descrigui-la breument (50 paraules).	☐	☐	☐	☐	☐

C3. Si aquesta situació l'ha afectat d'alguna altra manera, si us plau descrigui-ho breument (50 paraules).

Secció D: SECCIÓ D. EFECTES DE LA COVID-19 A LLARG TERMINI EN LES ORGANITZACIONS

D1. En quina mesura creu que les mesures de confinament i distància social afectaran enguany la seva organització?

- Ha impulsat l'activitat de la meva organització ☐
- Lleu impacte, la meva organització s'adaptarà a aquesta situació ☐
- Impacte moderat, la meva organització tindrà problemes importants però continuarà funcionant ☐
- Impacte significatiu, la meva organització tindrà problemes de solvència i haurà d'ajustar la força de treball ☐
- L'organització probablement haurà de tancar ☐

D2. Quins canvis principals en els mercats de béns i serveis culturals preveu després del brot de la Covid-19? Si us plau, indiqui de l'1 al 5 el seu grau d'acord o desacord en les següents afirmacions (on 1 significa "Molt en desacord" i 5 "Molt d'acord").

	1	2	3	4	5
Canvis en les pautes de consum cap als models digitals	☐	☐	☐	☐	☐
Millora de la percepció del valor econòmic i social de les activitats culturals i creatives	☐	☐	☐	☐	☐
Creixent precarietat del treball en els sectors de la cultura i la creació	☐	☐	☐	☐	☐
Nous models de negoci en els sectors culturals i creatius	☐	☐	☐	☐	☐
Millor visió i estructuració sectorial de la SCC, creació de xarxes sectorials i nodes (hubs) territorials de creativitat	☐	☐	☐	☐	☐
Augment de la col·laboració entre els sectors públic i privat	☐	☐	☐	☐	☐
Major suport de les polítiques públiques als SCC	☐	☐	☐	☐	☐

	1	2	3	4	5
Major necessitat d'estratègies d'internacionalització dels SCC després de la recuperació (llarg termini)	☐	☐	☐	☐	☐

Secció E: SECCIÓ E. DISPONIBILITAT D'AJUDES I MESURES PÚBLIQUES I PRIVADES

E1. Té la seva organització accés a mesures d'assistència d'algun tipus? En cas afirmatiu, descrigui breument les ajudes que ha rebut o rebrà (20 paraules).

- ☐ Sí, acabo de rebre-la
- ☐ Sí, però encara no l'he rebuda
- ☐ No ho sé. La informació que vaig trobar no era prou clara
- ☐ No

E2. Introdueixi aquí el seu comentari

E3. Creu que les mesures desplegades seran suficients per fer front als problemes causats per la Covid-19 en els Sectors Culturals I Creatius (SCC)? Si us uplau, indiqui de l'1 al 5 (on 1 vol dir "No, segurament" i 5 "Sí, segurament").

- ☐ 1
- ☐ 2
- ☐ 3
- ☐ 4
- ☐ 5

E4. Si us plau, indiqui quines de les següents institucions han ofert ajudes o assistència d'algun tipus:

- ☐ Govern d'Andorra
- ☐ Comuns
- ☐ Organitzacions filantròpiques (fundacions, donacions privades, etc.)
- ☐ Associacions professionals i ONG

Altres

Altres

E5. Quines mesures creieu que serien les més eficaces per contrarestar els efectes de la Covid-19 en els sectors culturals i creatius (SCC)?

- Ajudes per a la solvència de les empreses (préstecs, subvencions...)
- Ajornament d'impostos
- Mesures sobre l'ocupació en els sectors culturals
- Augmentar la contractació pública de les organitzacions culturals (ex. finançament de projectes culturals, les convocatòries obertes...)
- Reducció de l'IGI dels productes i serveis culturals per a estimular la demanda
- Campanya de comunicació per a sensibilitzar la demanda local
- Un pla estratègic per a fomentar la recuperació dels sectors culturals i creatius (ex. establir prioritats, recursos...)

E6. Proposaria alguna mesura específica per al seu subsector d'organització?

- Mesures per a fer front al confinament i a la situació de distància social
- Mesures per a recuperar l'activitat després del confinament i de distància social

E7. Li agradaria afegir alguna cosa més sobre els efectes de la Covid-19 sobre els Sectors Culturals i Creatius (SCC)?

Moltes gràcies per la seva participació.