

Perdiendo oportunidades

El problema de la subocupación de la inmigración en Cataluña

El PEMB ha encargado un nuevo informe sobre algunas cuestiones relacionadas con la inmigración a un grupo de investigadores del Programa de Investigación, Inmigración y Sociedad de la Información de la UOC, liderado por Adela Ros.

El estudio fue contrastado y discutido en dos sesiones de trabajo por expertos y representantes de la Administración autonómica, de las administraciones locales, de organizaciones empresariales y sindicales, de empresas, de la universidad y escuelas de negocios, de otras instituciones y de agrupaciones de inmigrantes.

El título del documento es suficientemente expresivo: **estamos perdiendo oportunidades...**, estamos desaprovechando el talento y la calificación de una parte importante de la inmigración que llega a nuestro país, que en estos momentos ya representa el 13,4% de la población del área metropolitana de Barcelona. Un 42,9% de este colectivo está desempeñando tareas por debajo de su calificación profesional.

Reconvertir esta situación nos permitiría aligerar el problema de la carencia de mano de obra cualificada y al mismo tiempo contribuir a mejorar la integración social de estas personas. Además el informe nos indica que todas las previsiones apuntan a que tanto en nuestro país como en el contexto europeo en general, en el periodo 2005-2020, disminuirá la demanda de ocupación de bajo nivel y aumentará la de nivel medio y alto.

Algunas de las recomendaciones que plantea el informe son:

- Buscar fórmulas más ágiles para la **convalidación y el reconocimiento de títulos académicos**.
- Establecer vías de **acreditación de competencias**.
- Mejorar la **conexión entre oferta/demanda de trabajo**.
- Promover la **lucha contra la discriminación**

La Asociación del Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona es una asociación privada sin ánimo de lucro. El Consejo General de la Asociación está constituido por más de 300 miembros, entre los que hay entidades privadas, instituciones públicas y administraciones.

Jordi Hereu
Alcalde de Barcelona y presidente del Consejo General

Jordi William Carnes
Tercer teniente de alcalde del Ayuntamiento de Barcelona y presidente de la Comisión Delegada del PEMB

Francesc Santacana
Coordinador general

De acuerdo con la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal, les informamos que sus datos han sido incorporados en un fichero automatizado que ha sido comunicado previamente a la Agencia de Protección de Datos y que tiene por titular al Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona.

El uso de sus datos personales tendrá carácter confidencial y se utilizará exclusivamente para actividades relacionadas con la promoción del Área Metropolitana de Barcelona. Puntualmente se podrán ceder estos datos a entidades colaboradoras para este mismo uso.

En el supuesto de que deseen ejercer sus derechos de oposición, rectificación y cancelación, deben ponerse en contacto con nosotros en la sede social de la calle Ausiàs Marc 7, 1°.



Pla Estratègic
Metropolità
de Barcelona



Ausiàs Marc, 7, 1r
08010 Barcelona
T. 933 187 051
F. 933 174 835
plaestrategic@bcn2000.es
www.bcn2000.es

Entidad patrocinadora:



Ajuntament de Barcelona

Departament d'Economia i Finances de la Generalitat de Catalunya
Ajuntament de Badalona
Ajuntament de Barcelona
Ajuntament de Cornellà de Llobregat
Ajuntament del Prat de Llobregat
Ajuntament de l'Hospitalet de Llobregat
Ajuntament de Montcada i Reixac
Ajuntament de Santa Coloma de Gramenet
Ajuntament de Paltelej
Ajuntament del Papiol
Consell Comarcal del Baix Llobregat
Consell Comarcal del Barcelonès
Entitat Metropolitana del Medi Ambient
Entitat Metropolitana del Transport
Aena
Autoritat Portuària de Barcelona
Cambra Oficial de Comerç, Indústria i Navegació de Barcelona
Cercle d'Economia
Comissió Obrera Nacional de Catalunya
Consorci de la Zona Franca de Barcelona
Diputació de Barcelona
Fira de Barcelona
Foment del Treball Nacional
Mancomunitat de Municipis de l'Àrea Metropolitana de Barcelona
Unió General de Treballadors de Catalunya
Universitat de Barcelona

Con la colaboración de: **IBERIA**

El PEMB impulsa doce medidas estratégicas

1. Iniciar el despliegue de políticas compartidas en el ámbito metropolitano con la elaboración de un programa de promoción económica metropolitana.
2. Establecer alianzas estratégicas, en proyectos concretos, con los corredores del Mediterráneo (Málaga-Valencia) y del Ebro (Zaragoza-Bilbao).
3. La logística en los escenarios económicos del AMB.
4. Promover la versión original de películas y de la televisión.
5. Aplicación de la ley de dependencia (promover un modelo organizativo para la prestación de los servicios de dependencia con estándares de calidad y la dignificación de sus trabajadores).
6. Mejorar la calidad de la educación secundaria y desarrollar la creación de centros de referencia de formación profesional (FP.cat).
7. Facilitar el reagrupamiento familiar de los inmigrantes y su inserción en el mercado de trabajo. Valorización del talento de los inmigrantes.
8. Mejorar los esquemas de gestión de la movilidad metropolitana.
9. Promover la ciudad aeroportuaria y un modelo de gestión para el conjunto del área portuaria, aeroportuaria y logística.
10. Seguir promoviendo el proyecto FERRMED de línea de ferrocarril para mercancías Gibraltar – Barcelona – Norte de Europa. Promover la conexión con la frontera con ancho de vía internacional para mercancías, segregada de la vía de pasajeros.
11. Promover las medidas legislativas pertinentes para aplicar los conceptos de la planificación concurrente, con especial atención al planeamiento a escala metropolitana.
12. Planificar medidas para reducir y tratar los residuos.

En el marco del modelo metropolitano 2020, la Comisión de Estrategia del PEMB ha acordado impulsar para el 2008 las doce medidas antes mencionadas. Forman parte de esta comisión: **José Manuel Álvarez**, secretario general de la Unión General de Trabajadores de Cataluña; **Josep Lluís Bonet**, presidente del Consejo de Administración de la Fira de Barcelona; **Joan Coscubiela**, secretario general de la Comisión Obrera Nacional de Cataluña; **José Manuel Lara**, presidente del Círculo de Economía; **Lluís Recoder**, alcalde de San Cugat del Vallés; **Manuel Royes**, delegado especial del Estado en el Consorcio de la Zona Franca de Barcelona; **Miquel Valls**, presidente de la Cámara de Comercio, Industria y Navegación de Barcelona y **Jordi Valls**, presidente de la Autoridad Portuaria de Barcelona.



D. Xirau, I. Tubella, J.M. Piqué, A. Esteve

La situación del audiovisual en Cataluña

El pasado 24 de abril, el PEMB presentó dos informes en los que se analiza la evolución y el crecimiento del sector audiovisual y su potencialidad como sector estratégico para el área metropolitana de Barcelona.

En el marco de los 22@breakfast del mes de abril, se presentaron dos estudios publicados por el Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona que analizan la evolución del sector audiovisual en Cataluña.

- **El audiovisual en Cataluña: un motor en marcha?**, elaborado por la Dra. Imma Tubella, rectora de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC)
- **El mercado del alta definición en la zona de influencia del área metropolitana de Barcelona**, elaborado por David Xirau, director de Nuevos Proyectos de Mediapro.

En el acto también participaron Antoni Esteve, presidente de Lavinia, y Josep Miquel Piqué, consejero delegado de 22@Barcelona.

En su intervención, **Imma Tubella** destacó la rapidez con la que el sector está modificando sus estructuras empresariales y como, cada vez, abarca un mayor número de actividades. Una de las ideas que destaca este informe es que la revolución en el audiovisual está en los usos y no en los medios.

Los retos a los que debe enfrentarse actualmente este sector son:

1. La consolidación de la industria en Cataluña y cómo contrarrestar los retos de la deslocalización.
2. Su internacionalización (apostando por el multilingüismo).
3. La atracción de inversiones extranjeras y también nacionales.
4. La adaptación a nuevos usos y usuarios.

En el informe se considera que el sector audiovisual es estratégico para Cataluña pero también que deben tomarse medidas para conseguirlo. Hace falta elaborar un plan estratégico que determine qué y cómo debe ser este sector.

En su intervención, **David Xirau** destacó que el alta definición (AD) debe considerarse como una oportunidad de crecimiento. En otros países, esta tecnología está tan extendida que se considera habitual mientras que nuestro país todavía está muy lejos de esta situación. La implantación del TDT no ha conseguido extender el AD tal como se había previsto.

Los objetivos marcados en el informe son los siguientes:

1. Facilitar el acceso de los usuarios y consumidores catalanes al AD.
2. Posicionar la industria audiovisual con los nuevos formatos AD.
3. Acceso y difusión de contenidos relacionados con nuestro patrimonio.

Antoni Esteve considera que el audiovisual debe plantearse como un negocio y que hay algunos motores que pueden ayudar a su desarrollo como son el alta definición, el 3D (tridimensionalidad), la emisión en directo (o televisión de proximidad) y la realidad virtual.

Josep Miquel Piqué clausuró el acto explicando las últimas novedades de 22@Barcelona.

Este año, el PEMB visita Singapur

Del 26 al 30 de enero del 2008, el Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona organizó su tradicional viaje de estudios anual.

En esta ocasión la ciudad escogida fue Singapur, una ciudad-estado con un territorio de 700 km² y una población de 4,5 millones de habitantes, magnitudes muy similares a las del área metropolitana de Barcelona.

En el viaje participaron un total del treinta y siete personas: once alcaldes, nueve regidores, representantes del gobierno de la Generalitat de Cataluña y de la Diputación de Barcelona y gerentes de entidades e instituciones metropolitanas. La delegación institucional viajó acompañada por el cónsul honorario de Singapur en Barcelona, Josep Manel Basañez.

La impresión general, una vez terminada la visita, es que se trata de una ciudad muy segura, limpia, poco ruidosa y con una vegetación exuberante (los singapurenses presumen de tener una ciudad dentro de un jardín, en vez de una ciudad con jardines...). Desde el punto de vista de actividad económica, Singapur recibe 17 millones de turistas al año, es el puerto de tránsito más grande del mundo, goza de un potente sector financiero, apoya la implantación de nuevos sectores emergentes (como, por ejemplo, la biotecnología), pero sobre todo su apuesta de futuro es la atracción de talento y el impulso de la creatividad de su capital humano.

En cuanto a las sesiones de trabajo, se trataron los temas de la vivienda pública, la planificación urbanística, el suministro de agua y el tratamiento de residuos, la planificación estratégica, el sistema de transporte público y el sistema educativo.

• **Vivienda.** La HDA (Agencia para el Desarrollo de la Vivienda) ha promovido desde finales de los años sesenta un parque de 984.000 viviendas, de las cuales el 90% son de propiedad.

Construyen apartamentos con unos estándares de calidad muy altos. Los precios oscilan, según la zona, entre los 70.000/100.000 S\$ por un apartamento de dos habitaciones hasta los 170.000/230.000 S\$ por un piso de cinco habitaciones (1 S\$ = 0,5 €). Consideran la vivienda como un instrumento de cohesión social, y por ello las promociones incluyen diferentes tipos de pisos, además reservan porcentajes para las diversas etnias del país.

• **El ciclo del agua.** Singapur es una ciudad-estado sin recursos hídricos naturales, a excepción del agua de lluvia que, a causa de la limitada superficie de la isla, no puede ser almacenada en grandes cantidades. El agua, por tanto, procede de Malasia mediante un convenio de suministro garantizado por la ONU, cuyo precio es necesario reajustar periódicamente. La voluntad del gobierno siempre ha sido reducir al máximo esta dependencia y por ello ha actuado en tres grandes líneas: la reserva de nuevas zonas para almacenar agua, la construcción de desalinizadoras y, muy especialmente, el tratamiento de las aguas residuales. En 1998 iniciaron una nueva instalación que empezó a funcionar en el 2000 y a pleno rendimiento a partir del 2002, con los más avanzados sistemas de depuración. La calidad del agua que se consigue supera los estándares exigidos por la Organización Mundial de la Salud. Esta agua se utiliza para necesidades industriales, aunque es perfectamente adecuada para el consumo humano; es lo que denominan NEWater. Actualmente esta nueva fuente de recursos representa un 1% del total del consumo de agua, pero se espera que para el 2011 constituya ya un 15%.

• **El sistema educativo.** La capacitación del capital humano es una apuesta prioritaria para el gobierno de Singapur. Aunque su sistema educativo está considerado como uno de los mejores del mundo, continúan incorporando mejoras. El 100% de la población está escolarizada, la escuela primaria es pública en un 100% y en la secundaria hay un 2% de escuela privada. A partir de los siete años, cuando empieza la primaria, los alumnos estudian en inglés y aprenden dos lenguas más: su lengua materna y otra a elección. El profesorado está atento a las capacidades individuales de los alumnos para orientarlos en los diferentes recorridos curriculares de secundaria y posteriores estudios superiores. Si algún alumno presenta dificultades, recibe una ayuda adicional. El resultado de todo esto es un sistema educativo con tan solo un 2% de fracaso escolar.

Sesión de trabajo



La nueva universidad quiere cambiar el modelo económico del AMB

Màrius Rubiralta, actual Secretario de Estado de Universidades y ex rector de la Universidad de Barcelona, ha estado al frente de esta institución en un momento de grandes cambios.

Las universidades catalanas están inmersas en una gran transformación, con la creación de nuevos campus en el entorno del área metropolitana de Barcelona (AMB), con lo que se busca que la enseñanza interactúe con la investigación y las nuevas empresas de valor añadido. Para Rubiralta, el reto es conseguir "cambiar el modelo económico" del área metropolitana y de Cataluña.

El Plan Estratégico Metropolitano tiene entre sus estrategias la creación de estructuras de investigación a escala global y la consolidación de un programa propio de universidades de carácter internacional. ¿Cómo se avanza en este objetivo?

El área geográfica de Barcelona se amplía a toda el área metropolitana con la creación de diversos clústers o centros de conocimiento, en los que la universidad y la empresa jugarán un papel esencial. En el 22@ estamos poniendo en marcha, tanto la Universidad Politécnica de Cataluña (UPC) como la Universidad de Barcelona (UB), un clúster de actividad en el que interaccionen el sector público y el sector privado alrededor del mundo audiovisual. Esta interacción es importante para alcanzar el conocimiento del mercado. En estos días se está aprobando, además, la construcción del área urbana del b-TEC, en Sant Adrià del Besòs, la zona dedicada a la docencia, investigación e innovación en el campo de la energía. A poca distancia hay otro gran espacio dedicado a la alimentación y la salud, donde la UB desarrolla, en este caso con la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB), un gran espacio dedicado a la medicina, al lado del Hospital de Can Ruti de Badalona.

Igualmente, en la Granvia de l'Hospitalet se está desplegando el proyecto Biopol, entre los hospitales de Bellvitge y Duran i Reynalds, en el que está previsto que se instalen empresas dedicadas a la investigación biomédica. Este área está al lado de otra prevista en la Zona Franca, en el espacio que hasta ahora ocupaba la SEAT. Alrededor de Mercabarna, la UB y la UPC quieren crear un área tecnológica en producción y conservación de alimentos. Hay que tener en cuenta que el campus de la UPC de Castelldefels está cerca y le da un valor añadido. En la misma Zona Franca, la UB trabaja también en otro clúster relacionado con las áreas creativas, como el cine y el teatro.

Otro punto de concentración de conocimiento se sitúa alrededor de la UAB, donde se encuentra el conocido sector empresarial de la B-30. Se trata de empresas asociadas con el Parque Tecnológico del Vallès, donde está el Sincrotrón. Esta será una de las estructuras más avanzadas en el ámbito de colaboración entre el sector público, el privado y la universidad.

En resumen se trata de un conjunto de proyectos que tienen un papel muy importante en todo el entorno metropolitano y las ciudades que rodean Barcelona. Además, las creaciones de estos clústers contribuyen a llevar a cabo reformas urbanísticas importantes.

También está en obras el Campus de la Diagonal, que quiere incluir viviendas para el 2012 con el fin de socializar un espacio donde por las noches hay prostitución. ¿Va por ese camino?

La UB, a pesar del traslado de la facultades de Matemáticas y Bellas Artes, no quiere abandonar el espacio que comparte con la UPC. La parte estructural se acabará hacia el 2012-2014. El ayuntamiento ha dado prioridad y más velocidad al desarrollo del 22@. El Campus de la Diagonal es mucho más antiguo y no hay espacio para las empresas. El objetivo es convertirlo en el campus universitario urbano de primera magnitud. Aquí está el Parque Científico, donde se lleva a cabo la investigación básica. La zona destinada a empresas se ha consolidado rápidamente. Por ello se están buscando zonas de expansión para el desarrollo del sector privado. Las empresas que una vez hayan ganado empuje y necesiten un más espacio se podrán trasladar a los otros nuevos clústers. Por ejemplo, si se trata de una empresa de investigación médica debería establecerse en el Biopol de l'Hospitalet. Hemos modificado las viejas estructuras para crear espacios específicos para cada sector, que además ordenan el territorio.



¿Qué se pretende con la creación de estas nuevas grandes áreas universitarias y empresariales? ¿Las universidades del AMB actúan realmente como motor de desarrollo?

El objetivo es transformar el modelo económico, conseguir que la tecnología de la información, el audiovisual, las áreas médicas y biomédicas tomen el relevo. Se trata de potenciar los puntos fuertes: Can Ruti, el Clínic y Bellvitge, por ejemplo, ya están consolidando una nueva producción de tejido económico en el sector salud en el ámbito metropolitano que marcará el diferencial.

Será necesario captar talento. El talento es móvil. Europa tiene grandes competidores como los Estados Unidos, Singapur, India, etcétera.

El talento irá donde haya mejores condiciones para la investigación y donde los investigadores tengan la sensación que las cosas se hacen bien. En la reciente conferencia de rectores europeos que la Asociación de la Universidad de Europa celebró en Barcelona hablamos de que es necesario que las universidades se alíen entre ellas para conseguir captar cerebros. Esto ocurre en todos los proyectos del AMB, en los que hay implicadas más de una universidad. Ahora se empiezan a hacer bien las cosas. Se están llevando a cabo políticas para atraer talentos. El problema es que aquí invertimos mucho menos en investigación y desarrollo, un aspecto que es necesario mejorar. En todo caso, el diferencial lo aporta el sector privado, que es quien puede conducir hacia el cambio del modelo económico.

¿Qué tipo de talento interesa más?

Tenemos titulaciones destinadas a los alumnos locales. Con los postgrados también queremos atraer talentos internacionales. Los doctorados

serven para que vengan los mejores a incorporarse en centros de investigación. Y con iniciativas como el ICREA queremos buscar directamente los cerebros para que desarrollen en Barcelona su labor profesional.

Hay quien piensa que el proceso de Bolonia, que busca la convergencia de las universidades europeas, puede conducir a la privatización. ¿Existe dicho riesgo? ¿Qué aportará el proceso de Bolonia a la universidad del AMB?

Con esta colaboración, el conocimiento se acerca allí donde es necesario. La relación no implica dependencia sino responsabilidad social. Las universidades lo tienen muy claro.

Con el proceso de Bolonia, la universidad catalana ganará internacionalización. Las normas de homogeneización de la educación en Europa harán que el modelo sea más competitivo y atraiga profesores y estudiantes de todo el mundo en la formación de las grandes áreas de conocimiento que están en proyecto.

La universidad se queja de falta de financiación.

La universidad ha incrementado los campos de actuación, pero no los recursos. Este es el gran reto. También lo es la mejora del sistema de becas y ayudas para que cualquier estudiante pueda dedicarse a los estudios.

¿Qué se necesita para conseguirlo?

Tenemos que duplicar la inversión por estudiante. Está demostrado que las ayudas vuelven cuando los estudiantes se incorporan al proceso productivo, a través, por ejemplo, de mecenazgos de las compañías donde trabajan. Pero si se trata mal al estudiante es normal que después se desvincule de la universidad cuando consiga una situación más estable.

¿Hay confianza de que en la legislatura que empieza se mejore la financiación que tanto han reclamado?

Si no se consigue en estos cuatro años, habremos perdido el tren. En Madrid se está diseñando un ministerio importante en universidades e investigación que creemos que actuará en esta línea. Los Estados Unidos dedican el doble que Europa a educación, y hay que tener presente que nosotros estamos por debajo de la media de Europa. Conseguir un término medio sería nuestro primer objetivo. Se necesita dinero para dar más becas, mejorar los sueldos y hacer más inversión en investigación, desarrollo e innovación.

G. Ayuso

Las telecomunicaciones, una herramienta de competitividad para el área metropolitana de Barcelona

El pasado 25 de enero se presentó en el Auditorio de Barcelona Activa, en el marco del 22@Update Breakfast, el informe titulado *Situació de les telecomunicacions a l'àrea metropolitana de Barcelona. Recomanacions i projectes a impulsar* (Situación de las telecomunicaciones en el área metropolitana de Barcelona. Recomendaciones y proyectos a impulsar).

El objetivo de este informe, elaborado por la Fundación Barcelona Digital por encargo del Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona, era identificar las iniciativas y los proyectos de actuación en materia de telecomunicaciones que, desde una vertiente práctica y/o a través de normativas, permitan potenciar y conseguir un mejor desarrollo social y económico en el AMB.

El acto fue inaugurado por el presidente de 22@Barcelona y presidente de la Comisión Delegada del Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona, **Jordi William Carnes**, quien destacó que la empresa que quiere tener futuro ha de invertir en las telecomunicaciones como fuente de crecimiento y de creatividad. También dijo que Barcelona debe apostar fuerte por las telecomunicaciones y que un claro ejemplo es el 22@Barcelona o la propuesta de adaptación de la Zona Franca para convertirse en un nuevo polo de crecimiento empresarial.

El coordinador general del Plan Estratégico Metropolitano de Barcelona, **Francesc Santacana**, destacó la función del PEMB como elemento de reflexión y debate sobre las carencias y, especialmente, las potencialidades del área metro-

politana de Barcelona. Así mismo, hizo especial mención de la importancia de las telecomunicaciones en el posicionamiento de Barcelona como una de las áreas metropolitanas más importantes de Europa e insistió en el hecho de que una mejora en este ámbito puede comportar que Barcelona pase de la cuarta posición que ocupa actualmente a una posición superior.

El director general de la Fundación Barcelona Digital, **Vicenç Gasulla**, comentó en su presentación que actualmente existe una tecnología muy avanzada que, por diversos motivos, no se utiliza y que hay que realizar un esfuerzo importante para fortalecer la demanda y el uso de las TIC. También explicó ampliamente el contenido de este informe, que se ha planteado desde dos puntos de vista:

- a) las infraestructuras y los usos y aplicaciones existentes y
- b) las recomendaciones que se pueden realizar en cada ámbito.

En el estudio se establecen las siguientes propuestas:

1. Elaborar un mapa de infraestructuras y servicios de banda ancha en el AMB
2. Crear un sello de conformidad y calidad para los contratos de servicios TIC
3. Fomentar las inversiones en TIC en las empresas

En la clausura del acto, el consejero delegado de 22@Barcelona, **Josep Miquel Piqué**, explicó que la línea de trabajo de 22@Barcelona coincide plenamente con las directrices que se apuntan en el informe.

Nota. Pueden acceder al informe *Situació de les telecomunicacions a l'àrea metropolitana de Barcelona. Recomanacions i projectes a impulsar*, a través de la página web del PEMB (www.bcn2000.es)



Presentación del informe de telecomunicaciones (25 de enero de 2008)

Último informe publicado por el PEMB

Colección de Prospectiva, núm. 10

L'audiovisual a Catalunya, un motor en marxa?



Imma Tubella

El cambio tecnológico y su aplicación digital ha comportado una gran transformación del sector y una diversificación de su ámbito de referencia. Con la digitalización de los procesos, actualmente muchas actividades pueden ser incorporadas al audiovisual. Además de sectores tradicionales como el cine o la televisión, también podemos considerar como audiovisuales los productos musicales, el diseño o las producciones culturales.

Así mismo, hay componentes de determinados procesos que tienen en la digitalización un nuevo reto de progreso, como son la arquitectura, la salud, la seguridad, la distribución, la logística y muchas otras actividades.

Por otro lado, es una actividad con las características propias de una economía en la que la dotación del conocimiento y el capital humano son los factores principales. El área de Barcelona dispone de una cantidad importante de empresas y de actividades que incorporan, de manera plena o parcial, la digitalización de los servicios en los procesos productivos. Así mismo, el área de Barcelona dispone de plataformas científicas y universitarias que refuerzan su posición y dan un apoyo muy importante al desarrollo de estas actividades y de las empresas vinculadas.

Aunque las circunstancias parecen favorables, el audiovisual en Cataluña todavía no tiene el peso económico –en cuanto a generación de riqueza y ocupación– que cabría esperar. Se encuentra en un punto muerto en el que es necesario tener muy clara la estrategia a seguir; además se enfrenta a grandes retos como son la consolidación del sector, la internacionalización del mercado y la necesidad de atraer inversiones y proyectos internacionales.

- La deslocalización de la producción televisiva y publicitaria en Madrid (donde se han instalado la mayoría de cadenas de televisión y grupos multimedia), la “huída de cerebros” y la deslocalización de rodajes hacia países del Este, además de la falta de una política de rodajes eficaz, son algunos de los factores que preocupan a la industria audiovisual.
- La fragmentación del sector, constituido por empresas muy pequeñas, y el alto coste de la producción de contenidos audiovisuales y multimedia impide disponer de los recursos necesarios para poner en marcha nuevos y ambiciosos proyectos. Convendría favorecer aquellas políticas y acciones que incentiven las fusiones, las agrupaciones o los acuerdos de colaboración.
- La falta de especialización de bancos y cajas para financiar este tipo de proyectos no favorece la inversión en el sector.
- El mercado catalán no puede absorber toda la producción que se hace en Cataluña. Es necesario orientarse hacia mercados internacionales y, para cumplir este objetivo, hay que apostar decididamente por el multilingüismo.
- Otro factor que hay que tener presente es la necesidad de un modelo organizativo que permita coordinar e impulsar el sector, la existencia de una buena coordinación entre las administraciones y las empresas y una clara diferenciación entre las políticas culturales y lingüísticas y las políticas industriales.

Este nuevo planteamiento del sector del audiovisual nos obliga a redefinir el esquema de producción, generación y distribución del conocimiento.

Nos encontramos ante una economía en la que la productividad y la competitividad de las empresas y de los países depende de la capacidad de generar conocimiento (es necesario disponer de gente formada capaz de adaptarse a una producción muy condicionada por las TIC y sometida a cambios constantes). En este nuevo contexto, lo que ahora importa no es quien tiene la propiedad de los canales, sino quien tiene la propiedad de los contenidos y, en definitiva, lo que importa no es desde donde se emite sino desde donde se crea.