



VIZIUNE STRATEGICĂ ȘI COERENTĂ PENTRU SECTORUL CULTURAL COD SIPOCA: 709/ MYSMIS2014+: 129541

Considerații generale: definiții și clasificări ale sectoarelor culturale și creative

Prezentul document trece în revistă principalele definiții și clasificări folosite în toate analizele ex-ante realizate în cadrul proiectului „Viziune strategică și coerentă pentru sectorul cultural”. Am considerat importante și unele precizări conceptuale legate de termeni și / sau sintagme folosite de-a lungul timpului pentru că ele reprezintă una dintre provocările unui institut de cercetare specializat care și-a asumat, printre altele, clarificarea confuziilor dintre concepte teoretice, categorii, funcții și roluri ale domeniului culturii.



MINISTERUL CULTURII



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020!



Cei mai mulți utilizatori ai termenului „cultură” nu conștientizează teritoriul vast de acțiune obiectuală, filosofică și normativă pe care îl generează Cultura, limitându-se la forme de expresie artistică sau la organizațiile și procesele din jurul acestor bunuri a căror natură necesită precizări contemporane. O primă abordare exhaustivă a tuturor domeniilor de activitate culturale s-a făcut din perspectiva „creației”, ca funcție generatoare de valori spirituale și materiale, de locuri de muncă, de organizații și mecanisme aferente consumului. Întreg procesul de integrare a activităților „creative” a antrenat discuții legate de funcțiile culturii, de tipologia bunurilor culturale, dar și de particularitățile unor profesii și ocupații conexe, interdependente, deschizând posibilitatea unor abordări din perspectiva economiei culturii.

În esență, toate activitățile creative, indiferent de forma de manifestare, sunt capabile să determine structuri organizaționale, iar procesele producției propriu-zise nu diferă teoretic de alte producții din economie, folosind în mod similar toate cele patru categorii de resurse cunoscute - resurse materiale (infrastructură, tehnologii și dotări specifice), resurse umane cu diferite grade de specializare, resurse financiare și resursele informaționale corelative. O particularitate a creației este că ea implică pe lângă toate resursele informaționale și cercetarea artistică și creativă, ca funcție de dezvoltare, fiind un domeniu care urmărește performanța, nu un standard prestabilit.

Natura bunurilor culturale este extrem de diversă și formele de expresie culturală sunt în permanentă autogenerare, ceea ce duce la îmbogățirea permanentă a ariilor de activitate.

Bunurile culturale beneficiază de protecția statelor și din pricina valorii spirituale intrinseci, purtând emblema unor ritualuri, modele sau practici culturale identitare semnificative pentru un popor sau pentru anumite comunități. Prețul bunurilor culturale este întotdeauna simbolic, extrem de variabil și, cel mai adesea, consumatorul poate achiziționa doar o copie a operei produse. Piața bunurilor culturale (devenite prin procesul de consum - *produse culturale*) s-a dezvoltat cu precădere pe segmentele în care prețul de achiziție se poate apropia de cel de producție. În celelalte cazuri, pentru ca forma de artă sau cultură să nu dispară, statul și-a asumat rolul și a activat o altă funcție importantă - cea de prezervare / conservare - intervenind prin subvenționarea activităților care produc aceste bunuri culturale speciale. Anumite bunuri culturale, ca de exemplu toate produsele din Artele spectacolului necesită nu numai finanțare a propriilor produse, ci și infrastructură, dotări speciale și personal cu pregătire dedicată.

În Europa, protejarea formelor de expresie identitară de o mare diversitate reprezintă o tradiție asumată care a trecut și în textele de politică publică și în practicile cutumiare ale statelor. Astfel, unele state sociale au înțeles nu numai rolul și funcțiile culturii, ci și modul în care pot interveni prin sprijin direct în prezervarea acestor forme de expresie.

În urma analizelor sectoarelor creative, a bunurilor rezultate și a comportamentului lor economic și social s-au desprins câteva caracteristici generale:

- cultura nu este rezultatul unui singur sector economic care reunește produse sau servicii, în legătură cu producția sau distribuția, deoarece, de cele mai multe ori, cultura traversează mai multe sectoare economice (de exemplu: sectoarele industriei, serviciilor, comunicațiilor și comerțului etc.).

- cultura cuprinde diverse practici sociale recunoscute în prezent ca fiind culturale în cadrul unei țări, și chiar și aceste convenții sociale sunt în evoluție.

- cultura înglobează reprezentările estetice și filosofice ale unui popor și toate modalitățile de înțelegere a identității acestuia.

Experții ESSnet-Culture recomandă ca atunci când se definesc domeniile și sub-domeniile care aparțin culturii să se țină cont și de următoarele aspecte: criteriul creativității, criteriul proprietății intelectuale (ca drept de proprietate generat al autorilor), metoda de producție, valoarea de folosință.

În definirea activităților culturale sunt importante și alte criterii care:

1. sunt legate de expresiile culturale;
2. au ca origine creația și comunicarea prin intermediul simbolurilor;
3. sunt legate de drepturile de proprietate intelectuală.

Cultura și economia s-au angajat doar de puțină vreme într-un dialog constructiv. Primele abordări din perspectivă economică ale Culturii au apărut la sfârșitul anilor '70 și începutul anilor '80, când reducerile bugetelor guvernamentale europene au condus la o reexaminare a rolului cheltuielilor publice în sectorul cultural. Într-un context de criză economică, prioritățile de cheltuieli trebuiau atribuite pentru a stimula sectoarele cele mai productive. În acest context, guvernul francez a subliniat în politicile culturale două aspecte de egală importanță: în primul rând, a remarcat numeroasele cazuri în care sectorul cultural a făcut

trecerea de la subvenție la generarea de locuri de muncă, iar în cel de-al doilea rând a scos în evidență activitățile cu valoare adăugată.

Creația culturală se manifestă sub forma unor „bunuri culturale” care sunt variabile, mai mult sau mai puțin stocabile, unice, create și prezentate individual sau colectiv, cu o valoare simbolică ridicată.

În interiorul clasificărilor care se circumscriu Sectoarelor Culturale Creative (SCC) se regăsesc mai multe categorii de bunuri culturale care pot, sau nu, deveni profitabile. Unele sunt profitabile datorită valorii lor simbolice de unicat (ca de exemplu, unele opere de artă vizuală) care și-au generat o piață de colecționari care pot plăti sume câteodată uriașe. Altele au devenit profitabile datorită tehnologiei care le poate replica fără afectarea creației originale (opera prima), ca de exemplu cartea, filmul sau muzica.

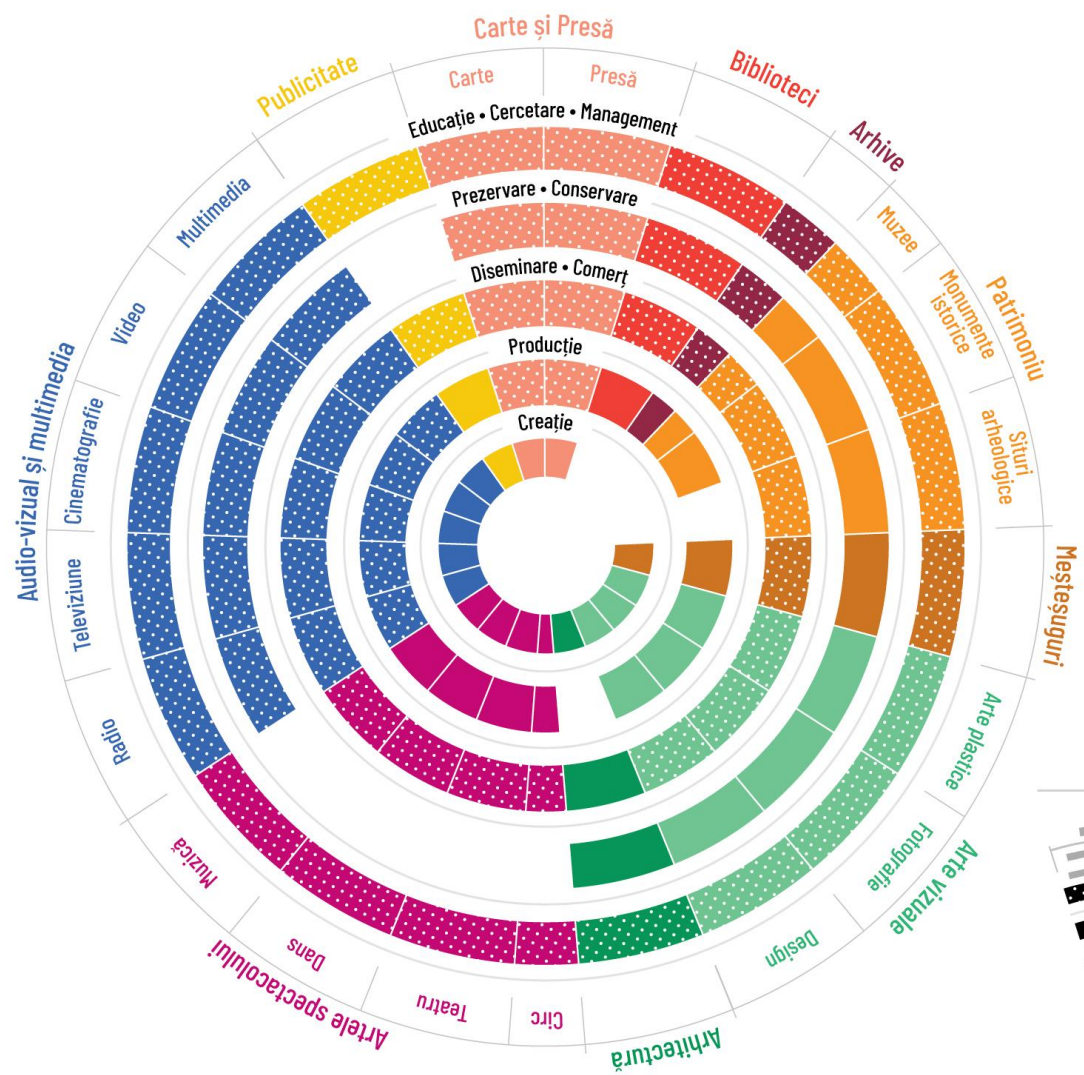
O altă categorie, mai subtilă și mai laborioasă, a rămas la periferia profitului deoarece costurile și modalitatea de producție și de prezentare necesită condiții speciale, infrastructură dedicată și colective cu specializare înaltă. În același timp, aceste bunuri culturale reprezintă o categorie de patrimoniu imaterial valoros, deși motivațiile creatorilor nu sunt neapărat determinate de stimulente de profit. Aceste sectoare cuprind și unele servicii conexe necesare dezvoltării domeniului (ca de exemplu - educația culturală sau prezervarea memoriei culturale naționale prin arhive, biblioteci sau muzee). Artele spectacolului (teatru, muzică cultă, operă, dans etc) sunt tipuri de bunuri culturale care nu numai că nu pot produce profit după acoperirea costurilor de producție și a celor funcționale, ci au nevoie de o susținere permanentă pentru a putea supraviețui și pentru a se putea dezvolta.

Definirea domeniilor și sub-domeniilor culturale și creative a fost grupată în „Raportul ESSnet-Culture Eurostat” - *European Statistical System Network on Culture*¹ în încercarea de a intersecta activitățile culturale cu activitățile economice statistice prin utilizarea codurilor CAEN în concordanță cu abordarea UNESCO. O primă definiție a SCC în România, bazată pe modelul *ESSnet-Culture*, a fost prezentată în „Cartea Albă pentru Activarea Potențialului Economic al Sectoarelor Culturale și Creative din România”².

Pentru trecerea în revistă a tuturor sectoarelor și sub-sectoarelor creative am folosit un model care reunește 22 sub-domenii propus de Raportul ESSnet-Culture publicat în 2012:

¹ Raportul ESSnet-Culture, 2012

² Cartea Albă pentru Activarea Potențialului Economic al Sectoarelor Culturale și Creative din România, 2016, https://www.culturadata.ro/wp-content/uploads/2016/09/2016_Cartea_Alba_RO.pdf



Conform Regulamentului (UE) 2021/818 al Parlamentului European și al Consiliului din 20 mai 2021 de instituire a programului „Europa creativă” (2021-2027) și de abrogare a Regulamentului (UE) nr. 1295/2013, **Sectoare Culturale și Creative** înseamnă:

„toate sectoarele

(a) *ale căror activități, dintre care multe au potențialul de a genera inovare și locuri de muncă în special din proprietatea intelectuală:*

- (i) *sunt bazate pe valori culturale și pe expresii artistice și alte expresii creative individuale sau colective; și*
- (ii) *includ dezvoltarea, crearea, producerea, difuzarea și conservarea de bunuri și servicii care constituie expresii culturale, artistice sau alte expresii creative, precum și funcții conexe, cum ar fi educația sau managementul;*

(b) *indiferent de următoarele:*

- (i) *dacă activitățile acestor sectoare sunt orientate sau nu către piață;*
- (ii) *tipul de structură care realizează respectivele activități; și*
- (iii) *modul în care este finanțată structura respectivă;”*

Menționăm faptul că UNESCO nu folosește conceptul de *Sectoare Culturale și Creative*, ci pe cel de *Industrii culturale* pe care le definește ca fiind acele domenii care „combină creația, producția și comercializarea conținuturilor care sunt prin natura lor intangibile. Aceste conținuturi sunt în mod specific protejate prin *copyright* și pot lua forma de bunuri și servicii.”³ Un aspect important al industriilor culturale este potrivit UNESCO „centralitatea în promovarea și menținerea diversității culturale și asigurarea accesului democratic la cultură.”⁴

Alături de clasificarea în funcție de specificul activității, EssNet-Culture propune și recunoașterea și sublinierea a **șase funcții esențiale** care subliniază în mod diferit rolul fundamental al Culturii. Acestea sunt reprezentate ca tot atâtea cercuri concentrice care traversează orice produs cultural validat public sintetizate în schema de mai sus astfel:

1. Creație (include și Cercetarea specifică)
2. Producție

³ Raportul Economiei Creative, 2008 (Creative Economy Report 2008: The challenge of assessing the creative economy towards informed policy-making)

⁴ Idem

3. Diseminare / comercializare
4. Prezervare/ Conservare
5. Educație / Formare
6. Management și funcție normativă

1. **Funcția de creație** se referă la „activitățile propriu-zis creative, de elaborare a ideilor artistice, a conținuturilor și a produselor culturale originale. Funcția creativă este generatoarea bunurilor culturale care intră în circuitul de consum. În anumite domenii de activitate, ca în cazul patrimoniului, bibliotecilor sau Arhivelor funcția creativă nu se manifestă, fiind caracteristică domeniilor care necesită prezervare. Funcția de creație este esențială pentru domenii ca: Arhitectura, Meșteșugurile, Artele vizuale, Artele spectacolului, sectorul Audiovizual, Carte și Cultură scrisă și sectorul Publicitate.

2. **Funcția de producție** reunește „activități, care contribuie la construcția / transformarea / materializarea unei creații de orice tip, fiind prezentă în aproape toate sectoarele cu excepția Siturilor istorice și Arhitecturii. Procesul de producție implică operațiuni și resurse umane specializate într-o foarte mare varietate de produse. Producția vizează Sectorul de carte, sectorul Audiovizual, Artele spectacolului, Arte vizuale, Meșteșugurile și Publicitatea și este insesizabilă în Arhitectură și Patrimoniu (mai ales siturile arheologice).

3. **Funcția de diseminare și / sau Comerț** se referă la „a face disponibilă opera creată și produsă”; diseminarea include activități de comunicare și de difuzare a conținutului, pentru a pune la dispoziția consumatorilor bunuri culturale materiale sau imateriale.

După cum am mai precizat diseminarea, poate sau nu, antrena piețe culturale specifice pentru că uneori ceea ce vinde **Cultura** nu are un echivalent exact sau forma unui produs stocabil. De multe ori, ea pune în circulație o experiență care generează judecăți de valoare individuală, indiferent dacă produsul respectiv este consumat individual sau colectiv. Diseminarea nu funcționează în același mod ca activitățile comerciale și pentru că nu răspunde unor nevoi sau unor cereri pre-formulate; procesul diseminării creează în cele mai multe cazuri și propriile cereri specifice. Funcția de diseminare se desfășoară pe teritoriul Marketingului cultural - un domeniu special de marketing care folosește tehnicile de cercetare și promovare, și poate

include și comercializarea propriu-zisă generând piețe de consum. Funcția de diseminare îmbracă forme diverse, de la expoziții și târguri, la magazine de artă sau comerț online și este prezentă în toate sectoarele de activitate culturală.

4. **Funcția de preservare / conservare** include „toate activitățile care conservă, protejează, restaurează și întrețin patrimoniul cultural sau bunuri care capătă importanță din perspectivă istorică. Ea cuprinde și bunuri care nu sunt obligatoriu percepute ca făcând parte din patrimoniul clasat sau recunoscut, dar care se regăsesc în categoria preservării memoriei culturale ca valoare spirituală. Digitalizarea poate fi considerată ca parte a activităților de conservare, chiar dacă are și o funcție de promovare. De cele mai multe ori, această funcție antrenează costuri semnificative, dar pe care statele sunt conștiente că trebuie să le sprijine din motive care țin de unitatea socială tradițională și de identitatea națională. Fiind o funcție complexă preservarea se manifestă diferit în funcție de sector - pentru unele sectoare fiind incluse activități de restaurare specifice. O regăsim în sectoarele Carte, Biblioteci și Arhive, Patrimoniu, Audiovizual, dar este mai puțin manifestă în Artele spectacolului și în Publicitate.

5. **Funcția de educație** se poate aplica tuturor activităților culturale, deoarece, în societățile democratice, misiunea acestora este să stimuleze participarea socială și să antreneze constructiv cetățenii precum și educarea creativității și spiritului inovativ. La această funcție mai puțin vizibilă, se adaugă și componenta activităților formale și informale de specializare a profesiilor creative sau prin identificarea în cadrul învățământului vocațional a celor care pot contribui la dezvoltarea și diversificarea formelor de expresie culturală. „Educația culturală include toate activitățile culturale, care pun în dialog profesioniști, amatori practicanți și cetățeni participativi / consumatori.”⁵ Funcția de educare este prezentă în absolut toate sectoarele de activitate care generează bunuri culturale și este subliniată în misiunile instituțiilor publice de cultură.

6. **Funcția normativă de management / reglementare** se referă la „toate activitățile desfășurate de organizații sau instituții, publice sau private, a căror misiune este de a oferi mijloace și un mediu favorabil pentru activități, operatori și spații culturale”⁶. Aceasta include și activități administrative sau cele pentru crearea propriilor cadre de reglementare legislativă care să faciliteze accesul, diseminarea bunurilor culturale către beneficiari și este singura care poate antrena clasificări, norme de structură sau indicatori de performanță pentru tot sistemul Culturii.

⁵ Raportul ESSnet-Culture, 2012, p. 56

⁶ Idem

Preponderența unei funcții într-un sector diferă de la o țară la alta, chiar și la nivel european, fapt explicat prin natura **activităților culturale**, așa cum a fost remarcat și de autorii Raportului *ESSnet-Culture*. Acestea au fost definite ca „toate tipurile de activități bazate pe valori culturale și / sau expresii artistice”.

În legislația din România dedicată domeniului culturii, regăsim o serie de definiții ale sectoarelor culturale și creative, diferite față de modelul *ESSnet-Culture*, după cum urmează:

Carte și presă- *cultura scrisă* este domeniul de referință care cuprinde cărți, reviste și alte publicații, având caracter literar-artist, tehnico-științific, editate pe orice fel de suport, conform art. 1 din Legea nr. 186/2003 privind susținerea și promovarea culturii scrise;

Biblioteca - reprezintă instituția, compartimentul sau structura specializată ale cărei atribuții principale sunt: constituirea, organizarea, prelucrarea, dezvoltarea și conservarea colecțiilor de cărți, publicațiilor seriale, a altor documente de bibliotecă și a bazelor de date, pentru a facilita utilizarea acestora în scop de informare, cercetare, educație sau recreere; inițierea, organizarea și desfășurarea de proiecte și programe culturale, inclusiv în parteneriat cu autorități și instituții publice, cu alte instituții de profil sau prin parteneriat public-privat - art. 1 din Legea nr. 334/2002 a bibliotecilor, republicată;

Arhivele - *documentele arhivistice* (conform enumerării regăsite la art. 39 din Legea nr. 334/2002 a bibliotecilor, republicată) sau *izvoarele istorice* reprezintă *documentele* create de-a lungul timpului de către organele de stat, organizațiile publice sau private economice, sociale, culturale, militare și religioase, de către persoane fizice autorizate, profesioniști care își desfășoară activitatea în baza unei *legi* speciale și persoane fizice. Potrivit art. 2 din Legea arhivelor naționale, nr. 16/1996, republicată, prin documente se înțelege: acte oficiale și particulare, diplomatice și consulare, memorii, manuscrise, proclamații, chemări, afișe, planuri, schițe, hârți, pelicule cinematografice și alte asemenea mărturii, matrice sigilare, precum și înregistrări foto, video, audio și informatice, cu valoare istorică, realizate în țară sau de către creatori români în străinătate;

Patrimoniul cultural (material și imaterial) - include patru componente (sub-domenii) ale patrimoniului cultural național:

- **Patrimoniul arheologic**, definit la art. 2 alin. (1) lit. b) din O.G. nr. 43/2000 privind protecția patrimoniului arheologic și declararea unor situri arheologice ca zone de interes național, republicată, cu modificările și completările ulterioare ca fiind „ansamblul bunurilor arheologice care este format din:
 - a. siturile arheologice înscrise în Repertoriul arheologic național, cu excepția celor distruse ori dispărute, și siturile clasate în Lista monumentelor istorice, situate suprateran, subteran sau subacvatic, ce cuprind vestigii arheologice: așezări, necropole, structuri, construcții, grupuri de clădiri, precum și terenurile cu potențial arheologic reperat, definite conform legii;
 - b. bunurile mobile, obiectele sau urmele manifestărilor umane, împreună cu terenul în care acestea au fost descoperite;”

- **Patrimoniul cultural național imobil**, materializat în **monumente istorice**, definite la art. 1 alin. (2) din Legea nr. 422/2001 privind protejarea monumentelor istorice, republicată, cu modificările și completările ulterioare, ca fiind „bunuri imobile, construcții și terenuri situate pe teritoriul României, semnificative pentru istoria, cultura și civilizația națională și universală”.

- **Patrimoniul cultural național mobil**, definit la art. 3 alin. (1) din Legea nr. 182/2000 privind protejarea patrimoniului cultural național mobil, republicată, cu modificările și completările ulterioare, ca fiind format din „bunuri cu valoare istorică, arheologică, documentară, etnografică, artistică, științifică și tehnică, literară, cinematografică, numismatică, filatelică, heraldică, bibliofilă, cartografică și epigrafică, reprezentând mărturii materiale ale evoluției mediului natural și ale relațiilor omului cu acesta, ale potențialului creator uman și ale contribuției românești, precum și a minorităților naționale la civilizația universală”.

- **Patrimoniul cultural național imaterial**, definit la art. 2, lit. a) din Legea nr. 26/2008 privind protejarea patrimoniului cultural imaterial, ca fiind „totalitatea practicilor, reprezentărilor, expresiilor, cunoștințelor, abilităților - împreună cu instrumentele, obiectele, artefactele și spațiile culturale asociate acestora - pe care comunitățile, grupurile sau, după caz, indivizii le recunosc ca parte integrantă a patrimoniului lor cultural”.

Muzeul - este instituția de cultură, de drept public sau de drept privat, fără scop lucrativ, aflată în serviciul societății, care colecționează, conservă, cercetează, restaurează, comunică și expune, în scopul cunoașterii, educării și recreerii, măturii materiale și spirituale ale existenței și evoluției comunităților umane, precum și ale mediului înconjurător - art. 2 din Legea nr. 311/2003 a muzeelor și colecțiilor publice, republicată;

Meșteșugurile (artizanatul) - sunt subsumate conceptului de *expresii culturale tradiționale*, adică acele forme ale creației populare în domeniul tehnic, precum meșteșuguri ori tehnologii tradiționale, domeniu ce aparține *patrimoniului cultural imaterial* - conform art. 2 coroborat cu art. 5-6 din Legea nr. 26/2008 privind protejarea patrimoniului cultural imaterial;

Are vizuale - Design - concept subsumat operelor de artă grafică sau plastică, alături de: operele de sculptură, pictură, gravură, litografie, artă monumentală, scenografie, tapiserie, ceramică, plastica sticlei și a metalului, desene, precum și altor opere de artă aplicată produsele destinate unei utilizări practice - art. 7 din Legea nr. 8/1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe, republicată; acesta intră și în categoria *operelor vizuale*⁷, conform art. 124 alin. (7) din lege;

Arhitectura - utilizată în sensul unei opere de creație intelectuală, creația arhitecturală este menită să organizeze funcțional și estetic spațiul construit, având obligația de a-l insera armonios în mediul înconjurător, în respectul peisajelor naturale și al patrimoniului imobiliar - art. 2 alin. (2) din Legea nr. 184/2001 privind organizarea și exercitarea profesiei de arhitect, republicată;

Artele spectacolului - *artele interpretative* sunt cele care reunesc producțiile artistice, cum ar fi: spectacole sau concerte înfățișate direct publicului de către artiști interpreți și/sau executanți și pot fi: spectacole dramatice, coregrafice, de operă, operetă, folclorice, de revistă, cabaret, de circ, de păpuși și/sau marionete, de teatru instrumental, respectiv concerte de muzică academică, simfonică, vocal-sinfonică, camerală, corală, folclorică, electronică - art. 3 din O.G. nr. 21/2007 privind instituțiile și companiile de spectacole sau concerte, precum și desfășurarea activității de impresariat artistic, aprobată prin Legea nr. 353/2007;

Audiovizual / serviciu media - utilizat în sensul de *operă audiovizuală*, aceasta reprezintă opera cinematografică, opera exprimată printr-un procedeu similar cinematografului sau orice altă operă constând dintr-o succesiune de imagini în mișcare,

⁷ Domeniul artelor vizuale include artele plastice, fotografia, ilustrațiile, designul și arhitectura.

însoțite sau nu de sunete (art. 65 din Legea nr. 8/1996 privind dreptul de autor și drepturile conexe, republicată); potrivit Legii nr. 504/2002 a audiovizualului, *serviciul media audiovizual* este acel serviciu aflat sub responsabilitatea editorială a unui furnizor de servicii media, al cărui obiectiv principal este furnizarea de programe în scop informativ, de divertisment sau educativ pentru publicul larg, prin rețele de comunicații electronice. Un astfel de serviciu media audiovizual este fie un serviciu de programe de televiziune/radiodifuziune⁸, fie un serviciu media audiovizual la cerere⁹ și/sau un serviciu media care constituie o comunicare comercială audiovizuală¹⁰;

Cinematografia - este industria culturală, de importanță națională, care creează plus valoare prin exploatarea și răspândirea diversității culturale, are drept scop realizarea, distribuirea și exploatarea filmelor cinematografice și include totalitatea activităților și persoanelor care activează în acest domeniu, în înțelesul O.G. nr. 39/2005 privind cinematografia (art. 2);

Multimedia - nu este un sector definit în legislație, dar acesta este înțeles ca o combinație a diferitelor forme de conținut, cum ar fi date codificate vizuale, audio, text, formate lingvistice etc. Multimedia include o combinație de text, audio, imagine, animație, video, sau forme de conținut interactive. Acestea sunt în format electronic și pot fi vizualizate pe un PC, tabletă, smartphone, e-reader etc.

Publicitatea - o putem defini ca fiind orice formă plătită de prezentare și promovare impersonală a ideilor, bunurilor sau serviciilor prin mijloace de informare în masă (ziare, reviste, programe de radio, de televiziune și Internet) de către un finanțator bine precizat. Legea nr. 148/2000 privind publicitate definește la Art. 4 pct. a) orice formă de prezentare a unei activități comerciale, industriale, artizanale sau liber-profesionale, având ca scop promovarea vânzării de bunuri și servicii, de

⁸ Serviciu media audiovizual liniar prestat de un radiodifuzor, în care programele sunt difuzate în succesiune continuă, indiferent de modalitatea tehnică utilizată, având un conținut și un orar prestabilite, pentru vizionarea / audierea simultană de programe, pe baza unei grile de programe, sub o anumită denumire și identificat printr-o siglă, în cazul televiziunii, sau printr-un semnal sonor, în cazul radiodifuziunii.

⁹ Un serviciu media audiovizual neliniar, în care vizionarea de programe se face la cererea individuală a utilizatorului și la momentul ales de acesta, prestat de un furnizor de servicii media pe baza unui catalog de programe selecționate și puse la dispoziție de către furnizorul de servicii media.

¹⁰ Mesaje sonore sau în imagini, cu sau fără sunet, care sunt destinate să promoveze, direct ori indirect, bunurile, serviciile sau imaginea unei persoane fizice ori juridice care desfășoară o activitate economică. Mesajele respective însoțesc sau sunt incluse într-un program în schimbul unei plăți ori contraprestații sau în scopul autopromovării. Formele de comunicații comerciale audiovizuale includ publicitatea radiodifuzată și televizată, sponsorizarea, teleshoppingul, plasarea de produse și alte forme de publicitate.

drepturi și obligații. Odată cu dezvoltarea audiovizualului, publicitatea s-a dezvoltat ca sector și a început să folosească suporturi cu conținut creativ semnificativ, devenind o sursă principală de finanțare pentru audiovizual.

Jocul video - nu este definit în legislație, dar acesta reprezintă jocul electronic în care se interacționează cu o interfață grafică pentru a genera răspuns vizual pe un ecran. Jocurile video în general au un sistem de recompensare a utilizatorului, de obicei se ține scorul, acest sistem depinzând de îndeplinirea unor anumite obiective în joc.

Pentru completarea definițiilor, așa cum au fost ele prezentate în documentul european și ca efect al Regulamentului (UE) nr. 1209/2014 al Comisiei din 29 octombrie 2014 de modificare a Regulamentului (CE) nr. 451/2008 al Parlamentului European și al Consiliului de instituire a unei noi clasificări statistice a produselor în funcție de domeniul de activitate (CPA) și de abrogare a Regulamentului (CEE) nr. 3696/93 al Consiliului, vom prezenta în continuare produsele și serviciile corespondente fiecărui sector cultural și creativ în parte, așa cum se regăsesc ele clasificate prin Codurile CAEN în acest moment.

Nr.	Categorie Sectoare	CAEN
1	Arhive și biblioteci	9101 - Activități ale bibliotecilor și arhivelor
2	Patrimoniu cultural	9102 - Activități ale muzeelor 9103 - Gestionarea monumentelor, clădirilor istorice și a altor obiective de interes turistic
3	Meșteșuguri și artizanat	1320 - Producția de țesături 1411 - Fabricarea articolelor de îmbrăcăminte din piele 1419 - Fabricarea altor articole de îmbrăcăminte și accesorii n.c.a. 1420 - Fabricarea articolelor din blană 1431 - Fabricarea prin tricotare sau croșetare a ciorapilor și articolelor de galanterie 1439 - Fabricarea prin tricotare sau croșetare a altor articole de îmbrăcăminte

		<p>1511 - Tăbăcirea și finisarea pieilor; prepararea și vopsirea blănurilor</p> <p>1512 - Fabricarea articolelor de voiaj și marochinarie și a articolelor de harnașament</p> <p>1520 - Fabricarea încălțămintei</p> <p>1629 - Fabricarea altor produse din lemn; fabricarea articolelor din plută, paie și din alte materiale vegetale împletite</p> <p>2041 - Fabricarea săpunurilor, detergenților și a produselor de întreținere</p> <p>2042 - Fabricarea parfumurilor și a produselor cosmetice (de toaletă)</p> <p>2313 - Fabricarea articolelor din sticlă</p> <p>2332 - Fabricarea cărămizilor, țiglelor și a altor produse pentru construcții, din argilă arsă</p> <p>2341 - Fabricarea articolelor ceramice pentru uz gospodăresc și ornamental</p> <p>2349 - Fabricarea altor produse ceramice n.c.a.</p> <p>2370 - Tăierea, fasonarea și finisarea pietrei</p> <p>2550 - Fabricarea produselor metalice obținute prin deformare plastică; metalurgia pulberilor</p> <p>2599 - Fabricarea altor articole din metal n.c.a.</p> <p>3109 - Fabricarea de mobilă n.c.a.</p> <p>3212 - Fabricarea bijuteriilor și articolelor similare din metale și pietre prețioase</p> <p>3213 - Fabricarea imitațiilor de bijuterii și articole similare</p> <p>3220 - Fabricarea instrumentelor muzicale</p> <p>3291 - Fabricarea măturilor și periilor</p> <p>3299 - Fabricarea altor produse manufacturiere n.c.a.</p>
4	Artele spectacolului	<p>9001 - Activități de interpretare artistică (spectacole)</p> <p>9002 - Activități suport pentru interpretare artistică (spectacole)</p> <p>9004 - Activități de gestionare a sălilor de spectacole</p>

		<p>9321 - Bâlciri și parcuri de distracții</p> <p>9329 - Alte activități recreative și distractive n.c.a.</p> <p>9412 - Activități ale organizațiilor profesionale</p>
5	Arhitectură	<p>7111 - Activități de arhitectură</p> <p>7410 - Activități de design specializat</p>
6	Carte și presă	<p>1811 - Tipărirea ziarelor</p> <p>1812 - Alte activități de tipărire n.c.a.</p> <p>1813 - Servicii pregătitoare pentru pretipărire</p> <p>1814 - Legătorie și servicii conexe</p> <p>1820 - Reproducerea înregistrărilor</p> <p>4761 - Comerț cu amănuntul al cărților, în magazine specializate</p> <p>4762 - Comerț cu amănuntul al ziarelor și articolelor de papetărie, în magazine specializate</p> <p>5811 - Activități de editare a cărților</p> <p>5812 - Activități de editare de ghiduri, compendii, liste de adrese și similare</p> <p>5813 - Activități de editare a ziarelor</p> <p>5814 - Activități de editare a revistelor și periodicelor</p> <p>5819 - Alte activități de editare</p>
7	Arte vizuale	<p>4778 - Comerț cu amănuntul al altor bunuri noi, în magazine specializate</p>
		<p>9003 - Activități de creație artistică</p> <p>7410 - Activități de design specializat</p> <p>7420 - Activități fotografice</p>
8	Audio-vizual și media	<p>4743 - Comerț cu amănuntul al echipamentului audio/ video în magazine specializate</p> <p>4763 - Comerț cu amănuntul al discurilor și benzilor magnetice cu sau fără</p>

		<p>înregistrări audio/video , în magazine specializate</p> <p>5911 - Activități de producție cinematografică, video și de programe de televiziune</p> <p>5912 - Activități de post-producție cinematografică, video și de programe de televiziune</p> <p>5913 - Activități de distribuție a filmelor cinematografice, video și a programelor de televiziune</p> <p>5914 - Proiecția de filme cinematografice</p> <p>5920 - Activități de realizare a înregistrărilor audio și activități de editare muzicală</p> <p>6010 - Activități de difuzare a programelor de radio</p> <p>6020 - Activități de difuzare a programelor de televiziune</p> <p>6391 - Activități ale agențiilor de știri</p> <p>7722 - Închirierea de casete video și discuri (CD-uri, DVD-uri)</p>
9	Publicitate	<p>7311 - Activități ale agențiilor de publicitate</p> <p>7312 - Servicii de reprezentare media</p>
10	TIC	<p>5821 - Activități de editare a jocurilor de calculator</p> <p>5829 - Activități de editare a altor produse software</p> <p>6201 - Activități de realizare a soft-ului la comandă (software orientat client)</p> <p>6202 - Activități de consultanță în tehnologia informației</p> <p>6311 - Prelucrarea datelor, administrarea paginilor web și activități conexe</p> <p>6312 - Activități ale portalurilor web</p>
11	Cercetare-dezvoltare	<p>7211 - Cercetare - dezvoltare în biotehnologie</p> <p>7219 - Cercetare - dezvoltare în alte științe naturale și inginerie</p> <p>7220 - Cercetare- dezvoltare în științe sociale și umaniste</p>



VIZIUNE STRATEGICĂ ȘI COERENTĂ PENTRU SECTORUL CULTURAL COD SIPOCA: 709/ MYSMIS2014+: 129541

Rezultatele detaliate ale Analizei funcționale a sectorului cultural se regăsesc în materialul integral realizat ca livrabil în proiectul Viziune Strategică și Coerentă pentru Sectorul Cultural, cod MySMIS129541/ cod SIPOCA 709, finanțat din Fondul Social European, prin „Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020”.



MINISTERUL CULTURII



Proiect cofinanțat din Fondul Social European prin Programul Operațional Capacitate Administrativă 2014-2020!

