

Càpsula de tendència sectorial: **Indústries creatives**
Desembre 2011

L'economia creativa: una indústria en creixement

Als Estats Units, 38 milions de persones, el 30% de la població activa s'engloba en la denominada classe creativa, que està formada per les persones que treballen en la creació de noves idees, tecnologies, productes i continguts. A principis del segle XX, aquesta classe no arribava als 3 milions de persones.

S'entén per indústries creatives aquelles que **tenen el seu origen en la creativitat individual, les habilitats i el talent, i que cerquen el benestar i la creació de productes, projectes o treballs a través de la generació i l'explotació de la propietat intel·lectual**. La propietat intel·lectual es tradueix en marques registrades, patents, models d'utilitat, drets d'autor, drets de reproducció, etc.

No seria del tot correcte afirmar que les indústries creatives suposen un nou tipus de serveis i resultaria estrany incloure-les en un estudi sobre sectors; no obstant, les indústries creatives s'estan posicionant com un àmbit d'activitat d'interès, sobretot per economistes, estadistes, experts/es en cultura i càrrecs i dirigents polítics/ques.

A més, aquest fet reflexa que existeix una major consciència sobre el paper que juguen les indústries culturals en un context socioeconòmic com l'actual, ja que s'erigeixen com un vehicle de difusió i intercanvi de la diversitat cultural entre els països. No obstant, el concepte d'indústries creatives és relativament nou, i els governs dels diferents estats encara no estan prou convençuts sobre les necessitats d'inversió i d'impuls d'aquest àmbit d'activitat, i com aquest retornarà beneficis econòmics i socials al propi país; per això, no es veuen afavorides en el repartiment de fons públics.

Convé destacar que la globalització i l'arribada de les TIC i la seva consolidació com a eina de creació, distribució, difusió i comercialització de continguts digitals ha tingut un impacte profund en les indústries creatives.

A més, **la creativitat econòmica i tecnològica estan apropant-se i interactuant amb la creativitat artística i cultural**. En aquest sentit, la interacció entre economia, tecnologia i art s'evidencia en la multitud d'empreses que realitzen activitats d'animació per ordinador, música digital, disseny digital, etc. Així mateix, **és palpable la interacció entre l'oci-negoci o art-negoci**. L'aparició d'aquestes interaccions estan donant lloc a la consolidació de les indústries creatives com a sector propi d'activitat.

Així, per aprofitar les oportunitats que ofereixen les indústries creatives, els governs necessiten definir i identificar indicadors culturals per després mesurar-los i desenvolupar un mapeig que permeti conèixer el comportament i la situació de les indústries culturals en els diferents països.

El paper de la UNESCO, que compta amb un departament d'estadística especialitzat, és vital per orientar sobre les millors pràctiques; proporcionar suport als governs que necessitin emprendre un projecte ambiciós com és l'impuls de les indústries creatives; i obtenir una justificació sobre la necessitat de realitzar aquestes inversions.

Impacte en el sector

En un món globalitzat i tecnificat com l'actual, amb un nivell educatiu alt, una competència ferotge dels mercats i una múltiple varietat de productes, tant la societat com les empreses necessiten una fusió entre cultura i creativitat; un binomi que les ajuda a desenvolupar-se.

Que les empreses hagin reconegut la importància de la creativitat és un gran avenç ja que, avui dia, més que mai, necessiten innovar i, en aquest marc, la creativitat es converteix en un dels avantatges competitiu més importants.

L'any 2000, *Business Week* va introduir per primera vegada el concepte d'"economia creativa". L'any 2001 *John Howkins* va escriure el llibre *The Creative Economy* en el que va identificar **15 sectors productius que la composaven**, els següents: **innovació i desenvolupament; edició; software; TV i ràdio; disseny (gràfic, industrial, moda, tèxtil, etc.); música; cine; jocs; publicitat; arquitectura; art escènic; artesanía; vídeo jocs; moda i art**. Aquest llibre, revisat el 2007, encara dona per vàlid aquest llistat.

A més, estan apareixent altres serveis relacionats amb la creació i els sectors productius: els relacionats amb el màrqueting, la comercialització, el finançament, la gestió, la investigació, etc. En aquest sentit, estan apareixent noves figures comercials, instituts d'investigació, agències especialitzades, gestores culturals, etc, que basen la seva filosofia de negoci en la creativitat i aquest nou concepte d'indústria.

En aquest sentit, la varietat d'empreses creades és immensa tant pel que fa a les activitats com als mercats als que es dirigeixen. Alguns exemples són: productores, estudis de disseny, laboratoris, estudis de gravació, grups musicals, companyies teatrals, sales d'exhibicions, estudis d'arquitectura, galeries, sales de concerts, editorials, empreses de gestió cultural, organització d'esdeveniments; sales polivalents, estudis d'enginyeria, etc.

Finalment convé destacar que **una característica molt important d'aquestes empreses és que moltes d'elles s'originen en un context d'economia informal i, si posteriorment tenen èxit, es professionalitzen i es consoliden**.

El 1999 *John Howkins* va estimar en 2,24 trillons de dòlars els ingressos generats per aquests tipus d'indústries. Els Estats Units són els líders inqüestionables en la creació i consolidació d'aquest tipus d'empreses; produeixen el 40% del total dels ingressos actualment.

Algunes de les activitats en que es pot trobar una feina a les indústries creatives són: assessoria en la producció i comercialització de productes artesans; desenvolupament de *software* educatiu o d'entreteniment; disseny gràfic per imatge corporativa; disseny gràfic per paquets i envasos; disseny publicitari; disseny de moda per alta costura; consultoria i assessoria en disseny de productes, entre altres.

Impacte sobre els perfils professionals

Nombrosos estudis afirmen que les indústries creatives i el sector cultural són els que presenten millors perspectives de desenvolupament, de negoci i d'ocupació; sobretot en països desenvolupats, principalment en aquells que sàpiguen explotar la seva diversitat cultural.

Els **perfils professionals de les indústries culturals són molt variats** i, en general, **presenten un nivell educatiu mig i alt**, principalment **amb titulacions universitàries**.

Tot i així, segons estudis de persones expertes, més enllà de la formació, les competències essencials per triomfar a les indústries creatives són la creativitat, l'autoconvenciment i l'autoconfiança; les qualitats que a veure amb l'emprenedoria.

Les titulacions més comunes a les indústries creatives són: publicitat i relacions públiques, màrqueting, enginyeria, disseny o arquitectura.

No obstant, també es poden trobar altres professionals amb titulacions associades a d'altres sectors que complementin als més comuns i que contribueixin a una major diversitat i creativitat dins les indústries creatives.

Així, el perfil majoritari de persones que treballen al sector és el de persones emprenedores que posen en marxa un negoci relacionat amb una afició i que decideixen explotar-la comercialment. En aquest sentit, aquestes persones necessiten assessorament sobre com crear una empresa, drets i deures laborals, gestió d'empreses i de recursos humans, gestió de recursos culturals, entre altres, sobretot, a l'inici de l'activitat. A més, cal que contínuament actualitzin els seus coneixements artístics.

Per tant, els/les **professionals del sector, a més de ser creatius/ves i experts/es en el seu àmbit d'activitat concret, hauran de ser estratègics/es, innovadors/es i gestors/es.**

Cofinançat per:

