

Indústries Creatives i Culturals

Informe sectorial

2023



Ajuntament de
Barcelona



Barcelona
Activa

Abstract

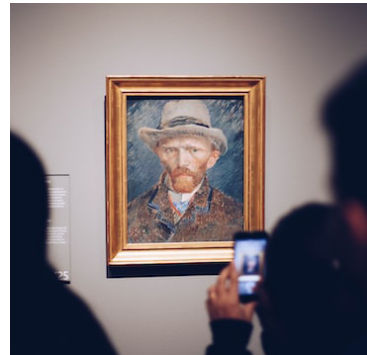
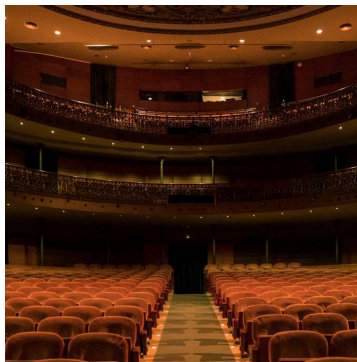
Indústries Creatives i Culturals

La cultura i la creativitat humanes són un important canal de transmissió d'emocions i idees, així com un espai d'intercanvi, reflexió i reinterpretació de la realitat contemporània. És per això que a la producció cultural se li atribueix la consideració de **bé de primera necessitat** i, cada vegada més, se'n reconeix el valor com a sector econòmic i el seu potencial generador d'ocupació.

Les Indústries Creatives i Culturals tenen un abast tan ampli com el de la capacitat de crear de l'ésser humà, i els seus nivells de producció i consum sovint es relacionen amb els **nivells de civilització, cultura i maduresa** d'una societat. Per convenció, el sector de les Indústries Creatives i Culturals agrupa el conjunt d'activitats econòmiques i els perfils

professionals implicats en la producció, exhibició i conservació cultural en els mercats de les **arts escèniques** (teatre, circ, òpera, entre altres), l'**audiovisual** (el cinema, la televisió i el vídeo), les **arts plàstiques** (pintura i escultura), la **imatge** i el **disseny**, l'**escriptura** (llibres i premsa), la **música**, i, darrerament, la **producció multimèdia** i els **videojocs**.

L'adopció de les tecnologies digitals ha facilitat l'accés de la població a continguts culturals i, per tant, ha propiciat el creixement del sector. Aquesta **transformació digital** planteja un futur híbrid amb més opcions i canals per accedir al mercat cultural, un sector de caràcter transversal que també proveeix de continguts a altres sectors econòmics, com el turisme o la publicitat.





Sumari

LES CLAUS PER CONÈIXER EL SECTOR	4
Presentació del sector	4
Barcelona i la seva àrea metropolitana: l'aposta per les Indústries Creatives i Culturals.....	6
ÀMBITS D'ACTIVITAT	8
Arts escèniques	8
Cinema, televisió i vídeo	8
Imatge i disseny	9
Llibres i premsa	9
Multimèdia i videojocs	9
Música i so.....	10
Patrimoni cultural.....	10
TENDÈNCIES.....	11
PERFILS PROFESSIONALS	14
EL SECTOR EN XIFRES	17
PROJECCIÓ I ESCENARIS DE FUTUR.....	20
FONTS CONSULTADES	23

Presentació del sector

El terme “**indústries creatives**” és d'origen anglosaxó i el seu ús es va generalitzar al llarg de la dècada de 1990, alhora que la producció cultural es devenia més accessible per a tots els col·lectius socials. Històricament, el consum cultural estava restringit a escassos grups o elits socials, establint una diferenciació entre l'alta cultura i la cultura popular. Amb l'arribada de la cultura de masses al llarg del segle XX, aquesta diferenciació s'ha anat desdibuixant progressivament, **les manifestacions creatives o culturals són molt més accessibles** i la cultura contribueix activament a crear identitats col·lectives i individuals.

Igual que la resta de sectors econòmics, les Indústries Creatives i Culturals produeixen béns i serveis, però amb un notable component de creativitat lligat a l'originalitat i als missatges i emocions que es volen transmetre. El sector, que és molt ampli i divers, recull:

- La **producció cultural tradicional** (l'art i els béns patrimonials, la pintura, la música, el teatre, el circ, entre altres).
- **Noves expressions de la creativitat humana en formats digitals**, com ara la producció multimèdia, que també creen els seus mercats amb noves produccions i nou consum.



Si segmentem el sector de les Indústries Creatives i Culturals en funció de les fases de la creació artística, podem diferenciar diferents **tipus d'activitats**:

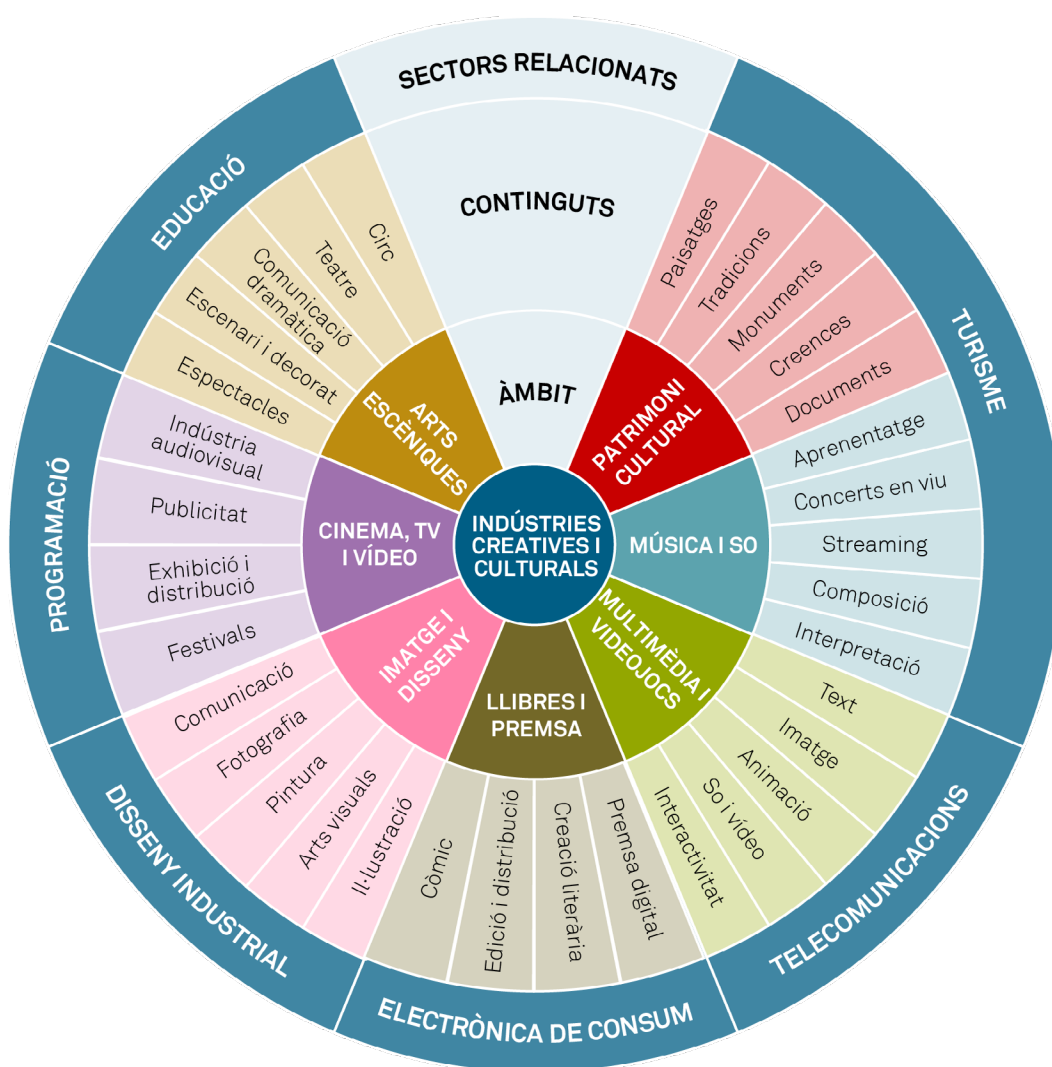
- **Activitats vinculades a la producció creativa**, ja sigui de productes audiovisuals -per a ràdio, televisió o cinema-, d'espectacles o arts escèniques en totes les seves variants o, fins i tot, de la imatge i el disseny de videojocs i multimèdia.
- **Activitats vinculades a la distribució i la difusió** de les Indústries Creatives i Culturals, on es poden incloure les activitats d'explotació encarregades d'apropar les produccions creatives al públic, així com l'activitat de gestió que té lloc a les infraestructures que permeten vehicular aquestes produccions: els arxius, les biblioteques i els museus, les plataformes audiovisuals i multimèdia, la televisió, la ràdio, el cinema, les sales d'espectacles i concerts, els festivals, la indústria editorial, etc.

- **Activitats vinculades a la preservació** dels continguts de les Indústries Creatives i Culturals i el seu patrimoni, així com funcions relacionades amb l'educació o amb la gestió d'esdeveniments o espectacles.

Amb relació a les seves magnituds, l'informe *Rebuilding Europe: The cultural and creative economy before and after the COVID-19 crisis* d'Ernst&Young estima que l'any 2019 les Indústries Creatives i Culturals aportaven el **4,4% de PIB de la Unió Europea**. A més, altres factors, com el procés de digitalització, també han provocat que en els darrers anys el sector hagi crescut un 2% més ràpid que la mitjana d'altres sectors de la UE, esdevenint més internacional i emprenedor. Segons dades d'Eurostat, el nombre de **persones ocupades en el sector cultural** a la UE era de **7,36 milions l'any 2021**, gairebé un 6% més que cinc anys enrere.

Finalment, cal destacar que les Indústries Creatives i Culturals són un sector amb capacitat transformadora i que s'interrelaciona transversalment amb molts altres sectors, per la qual cosa esdevé un agent impulsor del canvi i la innovació econòmica:

Figura 1. Relació de les Indústries Creatives i Culturals amb altres sectors



Font: Elaboració pròpia



Barcelona i la seva àrea metropolitana: l'aposta per les Indústries Creatives i Culturals

Les àrees metropolitanes són els nous nodes de les xarxes globals de producció cultural i creativitat. Comptar amb equipaments culturals i artístics de primer nivell contribueix a la definició del caràcter i el prestigi d'una ciutat o metròpoli -des d'una galeria d'art ben posicionada fins a un gran teatre d'òpera- i la situa en una posició avantatjosa per impulsar activitats i negocis. De fet, la ciutat de Barcelona sempre ha vetllat per ser un **focus de cultura i creativitat**. Al llarg de moltes dècades, s'ha sabut posicionar internacionalment en activitats clau del món creatiu, com la **indústria editorial** -és un gran clúster editorial amb reconeixement mundial i una de les ciutats més importants d'Espanya i Amèrica del Sud en la indústria del llibre en castellà- o en el camp del **disseny**- per exemple, amb els premis FAD i el Museu del Disseny i de les Arts Decoratives.

A la ciutat, la fisonomia del sector no està configurada per grans empreses multinacionals, malgrat que n'existeixen en el camp de la creació multimèdia o de la producció editorial. A l'anomenat Districte 22@ hi ha més d'un centenar de **petites i mitjanes empreses** que desenvolupen activitats de caràcter creatiu, especialment en l'àmbit del videojoc, la telefonia mòbil o el disseny aplicat a diferents camps. Com a ciutat posicionada en els circuits turístics internacionals, també és referent en l'àmbit musical amb festivals com el Sònar o el Primavera Sound. Aquestes iniciatives culturals i creatives se sustenten sobre una **potent xarxa d'equipaments culturals** com el Museu Nacional d'Art de Catalunya, el Teatre Nacional de Catalunya, el Gran Teatre del Liceu, el Teatre Lliure o el Mercat de les Flors, que amplifiquen el seu impacte més enllà dels límits de la ciutat.

A més d'aquestes iniciatives i agents, també existeixen sinergies i xarxes per impulsar la cultura a la resta de la seva àrea metropolitana i, així, orientar els fluxos de públic entre municipis en totes les direccions. Malgrat els desequilibris, la diversitat i la complexitat del territori, existeixen infraestructures i iniciatives que permeten traçar un pla de **cohesió cultural a tota l'àrea metropolitana**. Per exemple, els museus i els centres d'interpretació locals, que conserven, estudien i difonen la història i el patrimoni de les ciutats a l'àrea metropolitana, configuren xarxes museístiques més enllà dels confins metropolitans, com la Xarxa de Museus d'Art de Catalunya o a Xarxa de Museus Locals de la Diputació de Barcelona.

En definitiva, la ciutat és referent en l'àmbit de les Indústries Creatives i Culturals gràcies a la combinació d'activitats creatives tradicionals amb d'altres més innovadores, a través de **centres i esdeveniments consolidats** que formen part de la seva idiosincràsia, tant en l'àmbit local com metropolità i que tenen una dilatada experiència. Alguns exemples d'aquesta mena d'esdeveniments són el Festival de Jazz de Terrassa, amb 40 anys d'història; el Festival Grec, que té lloc a la ciutat des del 1976 o el Festival Internacional de Cinema Fantàstic de Catalunya, la primera edició del qual data del 1968.

Àmbits d'activitat

Atès que el sector es relaciona de forma transversal amb altres sectors econòmics, podem trobar-hi perfils professionals de naturalesa força variada que, en funció del seu nucli d'activitat o coneixement, es poden organitzar en els següents subsectors:

Arts escèniques



Són manifestacions artístiques que tenen lloc en viu, sobre un escenari i amb públic, i poden interpretar-se en espais oberts o tancats, en instal·lacions fixes o mòbils, i entre les quals destaquen **la dansa, el circ o el teatre**. Aquest subsector té tres elements essencials: la **interpretació**, és a dir, el treball que fan els actors/actrius o artistes; l'**escenari**, que és el lloc on es representa la funció, i el **públic receptor**. El fet de tractar-se de muntatges escènics en directe fa que en cada esdeveniment hi participin professionals que es responsabilitzen de diferents moments i peces clau de l'actuació, des de la persona que s'ocupa de l'escenografia fins a la coordinació d'elements com la il·luminació, l'attrezzo, el vestuari o el maquillatge. De la

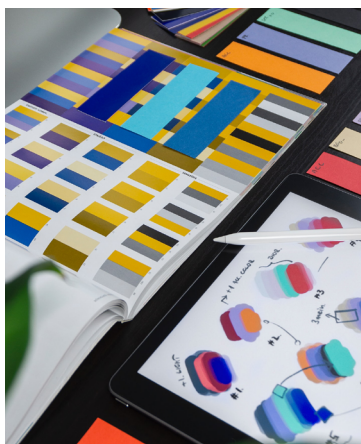
mateixa manera, per poder arribar al públic es requereixen les figures professionals que ho fan possible, dedicades a la producció i la distribució dels espectacles, així com a la representació d'artistes i companyies.

Cinema, televisió i vídeo



En aquest subsector econòmic l'art i les tècniques emprades s'originen a partir de la cinematografia, que va experimentar el seu gran moment de desenvolupament i consolidació com a fenomen de masses al llarg del segle XX. Del cinema se n'han derivat la televisió i el vídeo, a mesura que el canvi tecnològic ho ha permès (per exemple, les primeres retransmissions televisives van tenir lloc durant els Jocs Olímpics de 1936, a Berlín). A partir d'aquesta evolució, es comença a parlar de la **indústria audiovisual**, que inclou **l'edició i el muntatge** de vídeo, la **producció per a la posada en escena**, i també els i les professionals dedicats/ades al **3D, VFX i l'animació**, que són tècniques de desenvolupament de continguts per a l'elaboració de productes audiovisuals.

Imatge i disseny



En aquest subsector s'agrupa un conjunt d'activitats creatives transversals i heterogènies que sovint es coneixen com a **arts visuals**. La imatge i l'efecte que provoca en la ment i l'emoció de la persona a qui es dirigeix és l'element clau sobre el qual pivoten activitats com **la il·lustració, la fotografia o el disseny**, que tenen com a denominador comú la transmissió d'idees i valors a partir de l'estètica. La il·lustració pot anar acompanyada de text i aplicar-se en la publicitat i la comunicació, principalment. Al seu torn, el disseny té diversos vessants (industrial, gràfic, tèxtil o de moda i d'espais) i s'aplica en l'edició, la moda o la producció industrial, entre altres. Finalment, la fotografia pot tenir un vessant més artístic i d'autor o un de més proper al periodisme i a la comunicació o la publicitat.

Llibres i premsa



La producció de llibres i premsa contempla diferents tipologies i objectius (literaris, tècnics, enciclopèdics, d'entreteniment, còmics, acadèmics, divulgatius, entre altres) i inclou tasques relacionades amb la **creació literària o periodística, l'edició en suport físic o digital** i, finalment, la **promoció i distribució dels productes resultants**. Cal destacar que la irrupció de la digitalització en aquest subsector ha fet minvar el format tradicional en paper en favor dels digitals. En paral·lel, el sector també ha d'afrontar nous **reptes relacionats amb la digitalització**, com el canvi d'hàbits de lectura de la societat, entre altres.

Multimèdia i videojocs



El terme multimèdia fa referència a qualsevol procediment, sistema o mitjà que, per a presentar contingut o transmetre una idea, coneixement o emoció, combina diferents formats d'expressió físics o digitals, com **text, imatge, animació, so, vídeo o interactivitat**. En el seu desenvolupament són imprescindibles els elements que garanteixen l'**experiència d'usuari**, especialment per als i les professionals que treballen en programació i desenvolupament de webs, aplicacions mòbils o videojocs, també inclosos en aquest subsector. Això inclou el disseny de la **interfície** i el seu manteniment (tant en termes de contingut com d'elements visuals), així com al disseny de l'**experiència**, que es duu a terme testejant prototips i diferents escenaris d'interacció per garantir una navegació fàcil i intuïtiva pels productes digitals.

Música i so



En aquest subsector s'inclouen els compositors/ores i intèrprets relacionats amb l'**elaboració de productes musicals** -sigui en viu o per *streaming*-, els perfils professionals que presten **suport tècnic** en la celebració d'esdeveniments musicals com concerts o festivals, i el personal especialitzat en **el manteniment i la fabricació d'instruments**. A banda del consum digital (en forma d'experiència musical o de producte), el subsector de la música i el so també té a veure amb les eines que el possibiliten, tant les de producció musical informàtica com els instruments. És a dir, que aquest àmbit inclou les professions vinculades a la creació musical, però també a la restauració, la creació artesanal i l'afinació d'instruments.

Patrimoni cultural



El patrimoni cultural es pot definir com un conjunt de béns que actuen com un mitjà de transmissió de missatges i valors sobre la **identitat cultural i col·lectiva d'una comunitat** i que permeten establir un diàleg entre les diferents generacions dipositàries dels coneixements i l'art comunitaris. Es compon de tots els béns i valors culturals expressen la tradició i els costums, i també del conjunt de béns mobles i immobles, que tenen un especial interès històric, artístic, estètic, plàstic, arquitectònic, lingüístic o etnogràfic. Les principals activitats relacionades amb els béns culturals són l'**exposició i dinamització del patrimoni**, els **serveis de suport i assessorament cultural** i els serveis de **preservació i conservació**, tant del patrimoni

material (paisatges construïts, monuments, jaciments arqueològics i geològics, documents, manuscrits o objectes d'art, mobiliari, industrial o manufacturer, entre altres) com de l'immaterial (expressions culturals com la música, els costums, balls, tradicions gastronòmiques, jocs, mites, contes i llegendes, i coneixements aplicats a oficis tradicionals, entre altres).

Tendències

La pandèmia de la Covid-19 ha tingut un gran impacte sobre les Indústries Creatives i Culturals a tot el món. Activitats amb base únicament física com ara museus, cinemes o festivals van haver d'interrompre la seva activitat durant els períodes de confinament, mentre que algunes de les tendències que s'havien iniciat abans de la pandèmia, com la digitalització, l'auge de les plataformes de *streaming* o la participació en activitats culturals en línia, es van accelerar. Estudis i experts apunten que l'**adopció de noves tecnologies** en les ICiC permetrà impulsar algunes de les activitats creatives, però també poden suposar una amenaça per alguns models de negoci que tinguin més dificultats per incorporar-les.

Tendències consolidades

- **La irrupció i la consolidació de les plataformes digitals.** Aquesta tendència afecta especialment el subsector del cinema, televisió i vídeo, i també al subsector de multimèdia i videojocs. La producció i la distribució tradicional de pel·lícules ja no només la duen a terme grans empreses productores, i les estrenes no es fan necessàriament a les sales de cinema, sinó que es tendeix cap a la **producció massiva** i el **consum a la carta** de sèries des de casa, amb un notable increment de l'oferta de productes audiovisuals. També es reforcen pautes i patrons culturals de consum que, al seu torn, acceleraran aquesta tendència. Tot això comporta un creixement del sector: es creen més empreses de serveis i, per tant, més oportunitats laborals. Paral·lelament, les plataformes digitals generen i exploten una gran quantitat de dades sobre els hàbits de consum de l'usuari, la qual cosa obre la porta a oferir nous serveis personalitzats a través de la intel·ligència artificial.



- El sector de les ICiC ha estat un dels més impactats per la **transformació tecnològica: realitat virtual i augmentada, intel·ligència artificial, cloud i blockchain**, entre altres, s'estan incorporant com a eines de treball del sector. Quant als professionals del sector, no només han d'afrontar la necessitat d'actualitzar els seus coneixements per tal d'incorporar aquestes tecnologies a la seva activitat habitual, sinó que, en alguns casos, la transformació tecnològica pot modificar profundament la seva manera de treballar. Els nous entorns virtuals han esdevingut més complexos arran de la popularització dels continguts digitals en línia i de les plataformes de *streaming*. En conseqüència, la digitalització ofereix noves possibilitats de monetitzar els continguts, però, alhora, obliga els professionals a aprendre a desenvolupar-se en nous entorns i a enfrontar-se a noves tipologies de competència.
- El sector assumeix ràpidament els **nous hàbits en la manera de consumir productes i serveis culturals**. Les noves tendències en els models de consum cultural (aparició i consolidació de nous gèneres musicals, canvis en la producció de continguts multimèdia, entre altres) influeixen en els models empresarials i la distribució de continguts. Aquesta tendència, que s'ha accelerat amb la digitalització, pot ser molt disruptiva i donar lloc a noves oportunitats de negoci, com en el cas dels videojocs i els *e-sports*. Per tant, és imprescindible desenvolupar la capacitat d'adaptar-se al canvi continu en els patrons de consum de les audiències, i això provoca transformacions en els perfils professionals que han de donar-hi resposta. Aquest és el cas, per exemple, de la repercussió que té l'augment de lectors i lectores digitals en l'increment del nombre de professionals del disseny gràfic que poden treballar elaborant *e-books*.

Tendències emergents

- **Les possibles aplicacions de la intel·ligència artificial, la realitat virtual o les tecnologies immersives en el sector de les Indústries Creatives i Culturals poden ser il·limitades.** Una de les maneres de combinar art i tecnologia és la generació d'obres artístiques mitjançant programes informàtics. D'una banda, la intel·ligència artificial pot ajudar a crear quadres, simfonies o altres obres d'art que s'assemblin als d'autors de renom, generant conflictes en termes de drets de propietat i autoria. D'una altra, les mateixes tecnologies poden impulsar l'activitat creativa, ja que els i les professionals les utilitzen i treuen partit dels algorismes per crear nous projectes artístics, visualitzacions i narratives diferents.



- La producció creativa està estretament lligada al concepte de propietat intel·lectual, però **amb la incorporació de tecnologies com la intel·ligència artificial o l'aparició dels NFTs** (*Non-Fungible Tokens*, un actiu digital que representa un objecte únic) **el límit d'aquesta propietat intel·lectual queda molt més difús**. S'ha començat a debatre sobre la propietat de les obres creades per aquestes eines, així com sobre la possibilitat que els autors tinguin control sobre l'aprenentatge que una intel·ligència artificial faci a partir de la seva obra. Més enllà d'això, la redefinició del concepte de propietat intel·lectual, de *copyright* i fins i tot d'autoria està sobre la taula i, ben segur, modificarà la relació futura dels i les autors/ores amb la seva obra.
- Progressivament, el sector de les Indústries Creatives i Culturals esdevé un **factor de desenvolupament local social i econòmic** i, per tant, es produeix un **increment en el nombre de projectes col·laboratius i interdisciplinaris entre ciutats i territoris**. En molts casos, aquesta mena d'iniciatives van acompanyades de la creació de hubs o coworkings creatius. Aquesta confluència i col·laboració contribueixen a l'impuls de la innovació i el desenvolupament socioeconòmic, atès que l'impacte econòmic sobrepassa el mateix sector, creant connexions amb àmbits com el turisme o el disseny.

Perfils professionals

Segons l'Observatori del Treball i Model Productiu, alguns dels perfils professionals del sector d'Indústries Creatives i Culturals que es troben en millor posició, segons el nombre de contractes signats i de persones que demanden aquesta feina a través del Servei Públic d'Ocupació de Catalunya, són els següents:

Programador/a

Es dedica al procés de **producció i manteniment de programes informàtics**. La digitalització de la Indústria cultural ha impulsat la incorporació d'aquests perfils, ja sigui com a personal fix del projecte o a través d'empreses externes. Les seves funcions principals són redactar i mantenir codis de noves aplicacions o bé ampliar programes ja existents per tal de reforçar-ne l'eficiència operativa o adaptar-los a nous requisits.

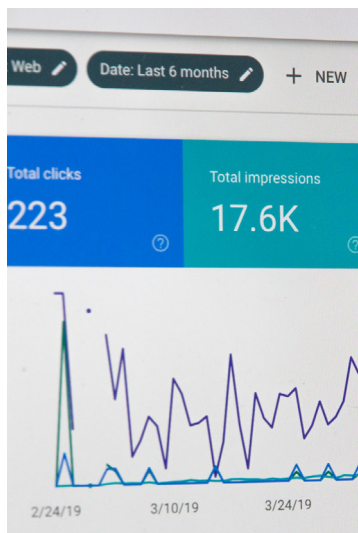
Programador/a web

Aquest perfil professional combina coneixements tècnics i de disseny per **crear, programar i modificar llocs web i aplicacions**, amb l'objectiu de fer-les escalables, segures i fiables. Aquest/a professional desenvolupa webs, incloent la presentació de la informació en el *Frontend* (interfície de l'usuari i lògica del negoci digital) i la part no visible per les persones usuàries, és a dir, les comunicacions en el *Backend* (connexió amb la base de dades i el servidor). En els darrers anys ha augmentat la demanda d'aquesta mena de professionals, així com la de perfils especialitzats en el disseny web que combinin **capacitats artístiques i creatives** amb el **coneixement tècnic de programari, llenguatges i scripts**.

Muntador/a audiovisual

Aquest perfil professional fa referència a les persones que treballen en l'edició i el muntatge de productes audiovisuals. Per tant, coneixen i controlen el **programari per a l'edició i la mescla d'imatges i sons**, així com els efectes especials visuals i sonors. En els darrers anys, l'increment de les activitats vinculades al cinema i al vídeo, però també als serveis de tecnologies de la informació -que faciliten l'accés als continguts mitjançant, per exemple, plataformes de *streaming*- han fet créixer la demanda d'aquests professionals especialitzats.





Programador/a de videojocs

Dissenya videojocs mitjançant eines gràfiques interactives i llenguatges de programació, incorporant animacions digitals, imatges, presentacions, jocs, seqüències de so i de vídeo i aplicacions d'Internet. Al nostre país, la demanda d'aquesta ocupació està en constant creixement i **Barcelona** s'està convertint en una **peça clau en el mercat internacional dels videojocs**. Els perfils de programació, producció i disseny de videojocs ocupen una posició indiscutible de lideratge dins del sector de l'oci audiovisual i interactiu, amb una **previsió de creixement anual dels llocs de treball a Espanya d'un 4,5%**, segons dades de DEV (Desarrollo Español de Videojuegos).

Actor/Actriu

Aquest perfil professional té un caràcter polivalent, atès que podem trobar-lo actuant en **produccions teatrals**, en **pel·lícules** o bé en **produccions de ràdio o televisió**. Es tracta d'una ocupació que, en el cas de la ciutat de Barcelona, ha seguit una evolució ascendent després de la pandèmia. Segons dades de la Barcelona Film Commission (BFC), des de 2021 s'han incrementat les produccions audiovisuals a la ciutat, especialment les de cinema i vídeo, l'enregistrament de so i també les activitats artístiques i d'espectacles.

Expert/a en analítica web

A partir de la recopilació d'informació generada per l'activitat en línia d'una empresa, aquest/a professional avalua i actualitza les interfícies web per millorar-ne el rendiment. Alhora, té coneixements de desenvolupament web i, per tant, crea estratègies digitals per tal de **mantenir el lloc web actualitzat i optimitzat** i, així, aconseguir una **bona experiència d'usuari**. Aquesta ocupació s'ha convertit en una figura essencial per conèixer el rendiment global del web o plataforma en línia d'una organització, podent justificar amb dades quantitatives i qualitatives fins a quin està ben construït i orientat al públic objectiu.

Tècnic/a d'imatge i so

Participa en activitats culturals i artístiques de tot tipus i en ocasions de manera estacional, ja que aquests/es professionals de suport d'activitats culturals tenen **pics d'alta demanda**, coincidint amb els mesos on tenen lloc més esdeveniments, en especial activitats artístiques i espectacles. També hi trobem professionals contractats en les produccions cinematogràfiques i de vídeo; i més enllà, trobaríem activitats artístiques i culturals associades a fins educatius, biblioteques o museus.



Dissenyador/a gràfic/a

Perfil dedicat al disseny dels **continguts visuals i audiovisuals** per a la comunicació de la informació utilitzant mitjans impresos, cinematogràfics, electrònics, digitals i altres mitjans audiovisuals. Aquest/a professional crea gràfics, efectes especials, animacions i altres imatges visuals per al seu ús en jocs d'ordinador, pel·lícules, vídeos musicals, mitjans impresos i anuncis publicitaris. La multiplicitat d'àmbits en què poden exercir la seva professió fa que s'hagi donat una evolució ascendent en nombre de contractes en els darrers anys, amb una variació interanual positiva. Aquesta rellevància, s'explica, sobretot, per la seva **creixent demanda vinculada a la publicitat i el màrqueting**, així com per la seva implicació en la implementació dels serveis de tecnologies de la informació.

Alguns dels reptes que hauran d'afrontar els i les professionals d'aquest sector en els pròxims anys, segons l'informe de l'Organització Internacional del Treball (2019) [*Challenges and opportunities for decent work in the culture and media sectors*](#), estan relacionats amb les característiques laborals del mercat de treball de les Indústries Creatives i Culturals. Així, malgrat ser un sector molt heterogeni i canviant, s'hi poden determinar unes característiques comunes:

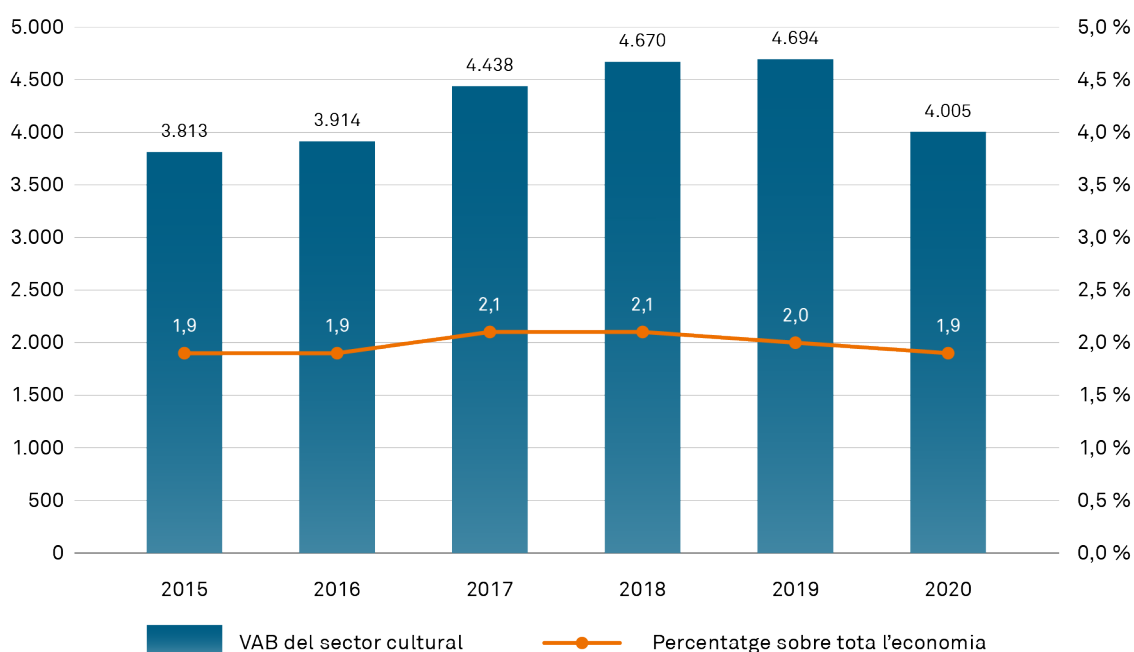
- **L'impacte de les tecnologies digitals**, que es fa palès en la tipologia de contractes o relacions laborals que s'estableixen. Darrerament, s'han incrementat notablement les formes d'ocupabilitat no convencionals que, darrere de l'aparent flexibilitat laboral i augment d'oportunitats, també pot comportar l'augment de situacions laborals poc desitjables.
- **Foment de l'associació entre els col·lectius més vulnerables** per tal de lluitar contra les possibles vulneracions de drets. Aspectes com la perpetuació d'estereotips, la desigualtat salarial i l'assetjament sexual són alguns dels motius que se citen com a causes de la manca de qualitat laboral del sector. L'associació professional permet reforçar el poder de negociació o augmentar la informació sobre els drets i deures dels treballadors i les treballadores, ja que existeix un fort desconeixement al respecte degut, precisament, a la seva singularitat.

El sector en xifres

Per interpretar l'evolució recent de les xifres econòmiques del sector de les Indústries Creatives i Culturals, és imprescindible mencionar el **marcat impacte negatiu que va tenir la pandèmia de la Covid-19** en l'activitat cultural. Els períodes de confinament, els tocs de queda i les restriccions sobre l'aforament en equipaments culturals van obligar a aturar o posposar moltes produccions, tant per qüestions de seguretat com per la dificultat d'obtenir-ne una rendibilitat econòmica. També va caure en picat la **participació cultural** de la ciutadania a Catalunya l'any 2020 i, malgrat una lleugera recuperació el 2021, les pautes de consum cultural encara no han retornat als nivells prepandèmia, com suggereix l'[Enquesta de participació cultural a Catalunya 2021](#).

Segons es desprèn de l'[Informe anual de l'estat de la cultura i de les arts \(2022\)](#), tot plegat es reflecteix en el descens del **valor afegit brut de les empreses culturals a Catalunya** registrat l'any 2020, que va ser de **4.005 milions d'euros**, gairebé un 14,7% menys que l'any anterior. Això va suposar una interrupció de la tendència ascendent que seguia el sector en els darrers anys.

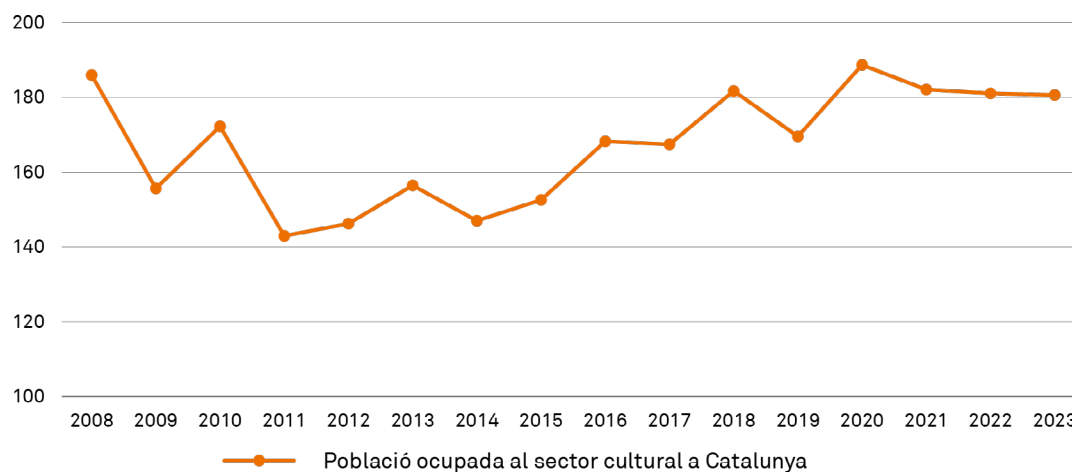
Figura 2. Evolució del valor afegit brut (VAB) del sector cultural a Catalunya (2015-2020)



Font: Elaboració pròpia a partir de dades de l'Informe anual de l'estat de la cultura i les arts i Idescat.

Malgrat l'evident sotrac que va provocar la pandèmia en el sector de les Indústries Creatives i Culturals, tot apunta que els seus efectes es van dissipar a mesura que es relaxaven les restriccions i no seran permanents. Si més no, així ha estat en el cas de l'ocupació. Després d'un lleuger descens l'any 2020, el **nombre de persones ocupades en el sector cultural a Catalunya** no només es va recuperar l'any 2021, sinó que va assolir la seva **xifra més alta des de 2008**.

Figura 3. Evolució de la població ocupada en el sector cultural a Catalunya, en milers de persones (2008-2023)

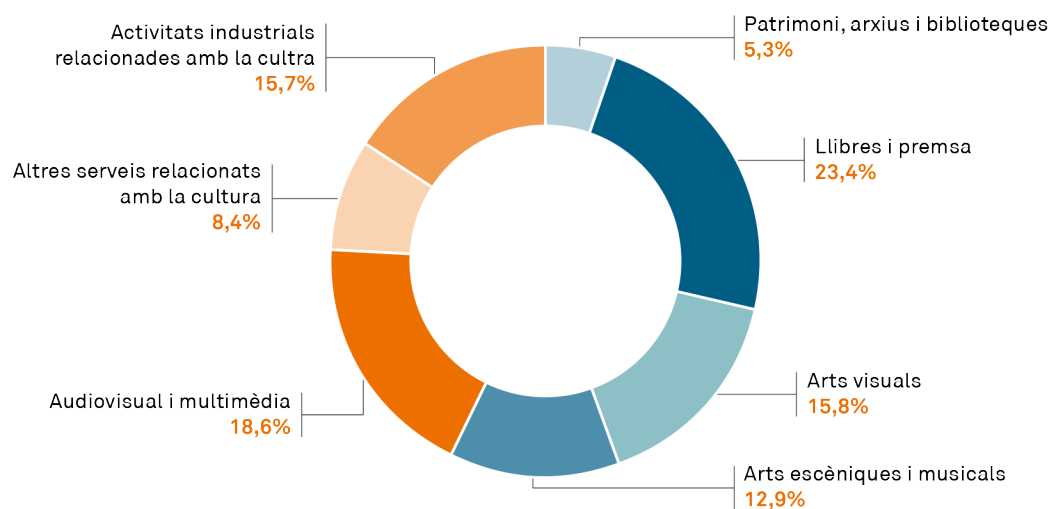


Font: Elaboració pròpia a partir de dades d'Idescat.

També en termes d'ocupació, cal destacar el pes de la ciutat de **Barcelona** com a **pol central de les activitats creatives** a Catalunya. Segons la [Mesura de govern d'impuls de les indústries creatives \(2019\)](#) de l'Ajuntament de Barcelona, abans de la pandèmia **la ciutat concentrava un 49,5% dels llocs de treball culturals a Catalunya**, mentre que la concentració de l'ocupació global (és a dir, tenint en compte tots els sectors econòmics) era només del 32,6%. El mateix patró es repeteix pel que fa al teixit empresarial, ja que el 48,1% de les empreses amb persones assalariades catalanes dedicades als sectors creatius estan ubicades a Barcelona. Dins la ciutat, la distribució de les empreses culturals també és desigual. **Els districtes de l'Eixample i Sarrià – Sant Gervasi sumen conjuntament prop del 50% dels establiments dedicats als sectors creatius**, seguits de Sant Martí (11,6%), Gràcia (10%) i Les Corts (6,6%).

Quant a la distribució de l'ocupació per dominis culturals, l'àmbit que té un pes més gran a Catalunya és el de **Llibres i premsa**, amb un 23,4% de les persones ocupades al sector cultural. La segueixen l'**Audiovisual i multimèdia** (18,6%) i les **Arts visuals** (15,8%).

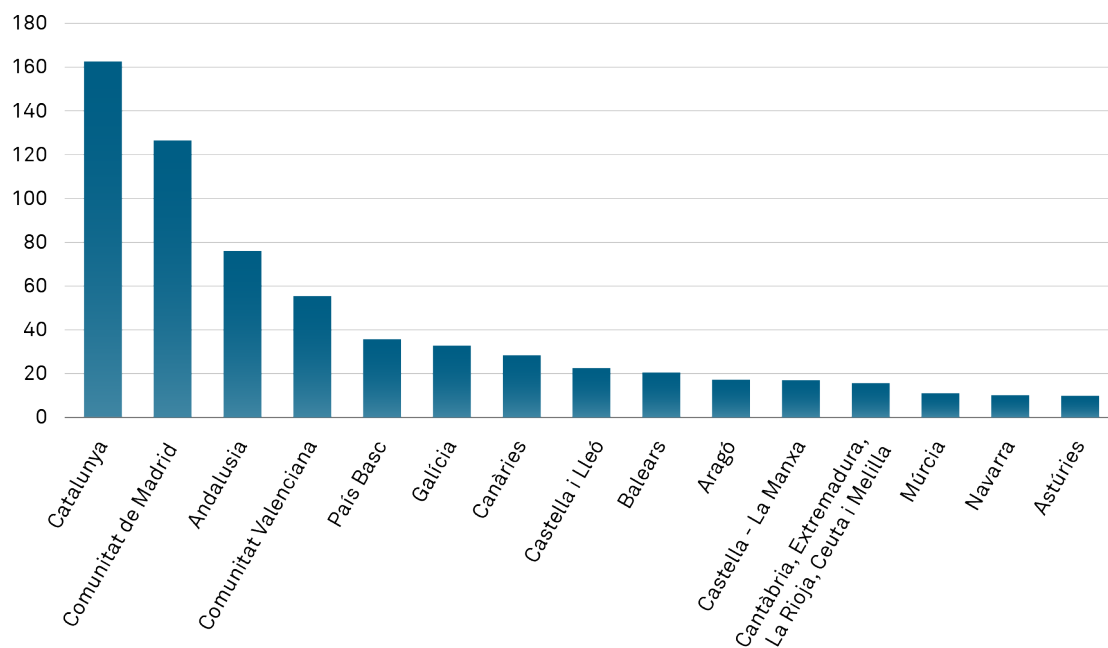
Figura 4. Distribució de l'ocupació cultural a Catalunya per àmbits d'activitat (2020)



Font: Elaboració pròpia a partir d'Idescat.

Al conjunt de l'Estat espanyol, Catalunya i la Comunitat de Madrid es disputen el lideratge en termes d'ocupació cultural, a molta distància de la resta de regions. Segons dades de l'Enquesta de Població Activa de l'any 2022, **Catalunya va ser la comunitat autònoma amb més persones ocupades al sector**, amb 162.600 de mitjana (un 4,6% de l'ocupació total del sector a tot l'estat).

Figura 5. Distribució de l'ocupació cultural a l'Estat espanyol per comunitats autònomes, en milers de persones (2022)



Font: Elaboració pròpia a partir de dades del *Anuario de estadísticas culturales* (2023).

El sector de les Indústries Creatives i Culturals es debat en una disjuntiva que continuarà marcant la seva evolució en els pròxims anys. D'una banda, el sector té una alta valoració social gràcies a les seves funcions d'innovació, transmissió d'idees i valors, i també com a vehicle d'expressió de la creativitat col·lectiva i individual. D'altra banda, però, presenta dificultats estructurals per desenvolupar-se en una economia de lliure mercat, i s'ha vist més afectat negativament per les crisis de 2008 i 2020 que la resta de sectors econòmics.

Debilitats

- **Llocs de treball amb tendència a la inestabilitat i l'estacionalitat**, que deriven en certa **precarietat laboral i models de negoci poc robustos**, cosa que redunda en una manca d'estabilitat professional. En conseqüència, comencen a aparèixer i guanyar pes múltiples associacions que, de manera coordinada, s'agrupen per representar el sector i millorar les condicions dels i de les professionals.
- Encara predomina la **idea que el sector de la cultura i les professions creatives són altament vocacionals** i que el rendiment econòmic no és prioritari en les iniciatives de caràcter cultural o creatiu. Això dificulta les possibilitats de monetització i posa en risc la rendibilitat econòmica de determinats projectes professionals.
- **És un sector molt heterogeni**, de manera que **els canvis poden afectar de manera asimètrica diferents activitats**. Per exemple, alguns àmbits són molt resistents als canvis tecnològics -com el món del llibre- i, si bé la digitalització de continguts afavoreix el dinamisme de la indústria audiovisual, també ha provocat la caiguda de l'assistència al cinema i les vendes de productes físics.

Amenaces

- **En èpoques de crisi social i econòmica, el sector decreix i s'hi destrueix molta ocupació** perquè, malgrat el seu elevat valor social, no ofereix productes o serveis considerats de primera necessitat. Aquesta dinàmica s'ha fet evident arran de la crisi de la Covid-19.
- **Els canvis que estan transformant el sector** (canvis culturals en els patrons de consum, nous models de negoci derivats de l'adopció de les tecnologies digitals, hibridació de disciplines artístiques) **no s'incorporen amb prou agilitat a l'oferta formativa**. Per tant, caldria ajustar els currículums acadèmics a la realitat actual de les Indústries Creatives i Culturals.

Fortaleses

- El sector inclou un ampli ventall d'ocupacions imprescindibles, tant en l'àmbit de la creació artística i cultural com en el suport tècnic que es requereix per fer-la arribar al gran públic consumidor. Ofereix, doncs, **múltiples oportunitats professionals en una varietat d'especialitats professionals i nivells formatius**.
- Atès el gran prestigi social de les Indústries Creatives i Culturals, **empreses privades d'altres sectors econòmics patrocinen iniciatives i esdeveniments culturals**, com a estratègia de comunicació o de responsabilitat social corporativa. Això dona impuls a iniciatives empresarials del sector.
- **Catalunya i, en particular, la ciutat de Barcelona són centres de referència del sector, tant a escala nacional com internacional**, en ocupació i també en nombre d'empreses. A més, s'estan fent esforços per consolidar aquesta posició amb iniciatives com el Disseny Hub, el programa "Fàbriques de Creació" i l'impuls d'esdeveniments i festivals culturals de ressò.

Oportunitats

- **El consum de productes i serveis culturals**, malgrat no ser considerat un servei essencial, **compta amb una demanda fidel** que en garanteix la seva viabilitat, com passa en l'àmbit de la lectura, el teatre o els festivals musicals.
- Les **connexions del sector amb altres àmbits d'activitat de producció de béns i serveis** són múltiples i diverses (recerca, desenvolupament de programari, moda, impressió, joieria...), la qual cosa genera oportunitats de creixement i fomenta l'aposta pel canvi continu com a vector de creació de competitivitat, riquesa i ocupació.
- Més del 16% dels residents actuals a Catalunya són d'origen estranger, mentre que a principis del segle XXI, només ho era el 3%. Tanmateix, la seva presència encara no és prou visible en institucions i equipaments culturals, de manera que **encara hi ha molt camí per recórrer termes de riquesa i diversitat cultural**.

En definitiva, el sector de les Indústries Creatives i Culturals és un **sector consolidat i estratègic**, tant en el seu vessant econòmic com per la importància i el prestigi social que s'atorga a la creació artística i cultural. La seva heterogeneïtat i les seves fronteres imprecises fan que s'hi inclogui un ampli ventall d'ocupacions, que van des de la creació artística més tradicional (arts escèniques, escriptura, pintura, creació musical, il·lustració) fins a les més avantguardistes (per exemple, les vinculades a la programació i el desenvolupament de videojocs).

La demanda de llocs de treball en els anys vinents se centrarà en ocupacions que estiguin més vinculades a processos creatius a través de **suports i eines digitals**. La causa d'això és que les Indústries Creatives i Culturals són l'espai on aterren totes les noves manifestacions artístiques i creatives que dialoguen amb les noves tecnologies, fins al punt que s'hi acomoden i hi troben un instrument de reproducció. Aquesta hibridació pot esdevenir fins i tot més profunda, en la mesura que moltes manifestacions artístiques i imaginatives adquireixen, a través de les noves tecnologies, formes directes de creació, producció, distribució i difusió, la qual cosa suposa, en força casos, una autèntica **revolució en la cadena de valor tradicional de l'art i la cultura**.

Barcelona és el pol central de les activitats creatives a Catalunya i una prova de la versatilitat barcelonina en aquest àmbit econòmic és el fet que hagi esdevingut una de les ciutats europees amb un nombre més gran de start-ups. Per tant, les Indústries Creatives i Culturals configuren una part important del paisatge creatiu de la Barcelona actual. Són, a més a més, un àmbit cultural en constant creixement i un vector potent de creació de competitivitat, creació de riquesa i ocupació.

Fonts consultades

Fonts utilitzades per a la redacció de l'informe.

- Ajuntament de Barcelona (2019). [Mesura de govern d'impuls de les indústries creatives](#).
- Asociación Española de Videojuegos (2022). [La industria del videojuego en España en 2021. Anuario 2021](#).
- Asociación Española de Empresas Productoras y Desarrolladoras de Videojuegos y Software de Entretenimiento (2022). [Libro blanco del desarrollo español de videojuegos 2021](#).
- Barcelona Activa (2020). [Indicadors laborals dels sectors creatius a Barcelona 2020](#).
- Comissió Europea, Clarke, M., Vroonhof, P., Snijders, J., et al. (2020). [Feasibility study for the establishment of a European Music Observatory](#).
- Comissió Europea, Le Gall, A., Jacquemet, B., Daubeuf, C., et al. (2020). [Analysis of market trends and gaps in funding needs for the music sector: final report](#).
- Consell Nacional de la Cultura i de les arts (2021). [Informe Anual. Estat de la cultura i de les arts](#).
- Consell Nacional de la Cultura i de les Arts (2021). [Informe de resultats de l'any 2020. Impacte econòmic de la COVID-19 en els sectors culturals](#).
- Culture Action Europe i Dra. Mafalda Dâmaso (2021). [The Situation of Artists and Cultural Workers and the post-COVID-19 Cultural Recovery in the European Union. Background Analysis](#).
- Eurostat (2019). [Culture statistics](#).
- EY Consulting (2021). Rebuilding Europe. [The cultural and creative economy before and after the COVID-19 crisis](#).
- Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura (2019). [Pla per a la conservació, la protecció i la difusió del patrimoni cultural immoble de Catalunya 2019-2025](#).
- Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura (2022). [Estadístiques culturals de Catalunya](#).
- Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura (2023). [Estadístiques culturals de Catalunya](#).
- Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura (2022). [Pla estratègic de subvencions del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya per al període 2022-2025](#).
- Generalitat de Catalunya. Departament de Cultura. DeCultura (2022). [Estadística de despesa en cultura de l'Administració local 2020](#).
- Institut d'Estadística de Catalunya. [Estadística i comptes de les empreses culturals. Empreses i ocupació](#).
- Institut Català de les Empreses Culturals. [Observatori de les Empreses Culturals](#).
- Institut Català de Recerca en Patrimoni Cultural i Observatori dels Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya (2022). [Enquesta de participació –cultural a Catalunya 2021](#).

- KEA, European Affairs, Deloitte (2021). [Market Analysis of the Cultural and Creative Sectors in Europe](#)
- KEA European Affairs (2018). [Research for CULT Committee-Creative Europe: Towards the Next Programme Generation](#).
- KEA European Affairs (2019). [Research for CULT Committee-Creative and creative sectors in the European Union - Key future developments, challenges and opportunities](#).
- KEA European Affairs i Deloitte (2021). [Market Analysis of the Cultural and Creative Sectors in Europe](#).
- Lhermitte, M, i EY Consulting. (coord) (2021). [Rebuilding Europe : the cultural and creative economy before and after the COVID-19 crisis](#).
- Magdalena Pasikowska-Schnass (2019). [Employment in the cultural and creative sectors](#).
- Marta Domènech, Àngel Mestres (direcció) i Sergi Penedès (2015). [Agents Culturals Sotaradar. Emergència, invisibilitat, independència i relacions amb l'administració: aproximació a una realitat canviant](#).
- Organització Internacional del Treball (2019). [Challenges and opportunities for decent work in the culture and media sectors](#).
- Pla Estratègic Metropolità de Barcelona (2021). [Els reptes de Barcelona Demà: cultura](#).
- Sociedad General de Autores y Editores (2022). [Anuario SGAE de las artes escénicas, musicales y audiovisuales](#).
- Villarroya, A. i Barrios, M. (2019). [Desigualtats de gènere en l'ocupació cultural a Catalunya. Consell Nacional de la Cultura o de les Arts](#).

Crèdits d'imatge

ALI MUFTUOGULLARI. Dona davant d'una escultura lumínica. Imatge de portada i sumari.

ROBERT COLLINS. Dansa contemporània. Abstract.

CLARA SOLER CHOPO. Interior del Teatre Romea. Abstract.

PABLO ARENAS. Videojoc. Abstract.

THOUGHT CATALOG. Llibres. Abstract.

MATTHEW BALL. Guitarrista. Abstract.

STÅLE GRUT. Quadre de Van Gogh. Abstract.

IAN DOOLEY. Pàg. 4.

VICENTE ZAMBRANO. Pàg. 6.

ERNEST GHAZARYAN. Arts Escèniques. Pàg. 8.

JAKOB OWENS. Cinema, televisió i vídeo. Pàg. 8.

BALÁZS KÉTYI. Imatge i disseny. Pàg. 9.

STUDIO MEDIA. Llibres i Premsa. Pàg. 9.

LUCAS ORTIZ. Multimèdi ai videojocs. Pàg. 9.

FREESTOCKS. Música i so. Pàg. 10.

YUVAL ZUKERMAN. Multimèdi ai videojocs. Pàg. 10.

COTTONBRO STUDIO. Pàg. 11.

LUCREZIA CARNELOS. Realitat virtual en un museu. Pàg. 12.

NOTE THANUN. Instal·lació de llums immersiva. Pàg. 12.

JAKOB OWENS. Pàg. 14.

BEE BALOGUN. Tècnic de so. Pàg. 15.

STEPHEN PHILLIPS. Anàlisi web. Pàg. 15.

ERIK MCLEAN. Actor. Pàg. 15.

ANTONI SHKRABA. Pàg. 16.

Aquest informe ha estat realitzat per **Utrans**.