

Indústries Creatives y Culturals

Informe sectorial

2023



Ajuntament de
Barcelona



Barcelona
Activa

Abstract

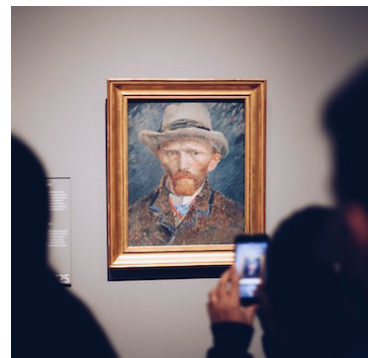
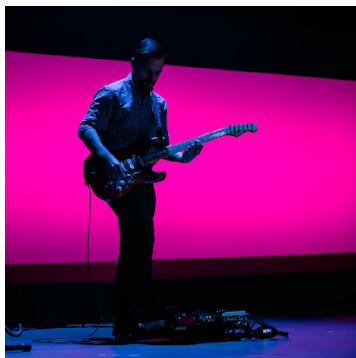
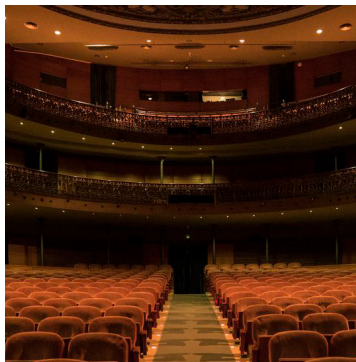
Industrias Creativas y Culturales

La cultura y la creatividad humanas son un importante canal de transmisión de emociones e ideas, así como un espacio de intercambio, reflexión y reinterpretación de la realidad contemporánea. Por eso, a la producción cultural se le atribuye la consideración de **bien de primera necesidad** y, cada vez más, se reconoce su valor como sector económico y su potencial generador de empleo.

Las Industrias Creativas y Culturales tienen un alcance tan amplio como el de la capacidad de crear del ser humano, y sus niveles de producción y consumo a menudo se relacionan con los **niveles de civilización, cultura y madurez** de una sociedad. Por convención, el sector de las Industrias Creativas y Culturales agrupa el conjunto de actividades económicas

y los perfiles profesionales implicados en la producción, exhibición y conservación cultural en los mercados de las **artes escénicas** (teatro, circo, ópera, entre otras), el **audiovisual** (cine, televisión y vídeo), las **artes plásticas** (pintura y escultura), la **imagen** y el **diseño**, la **escritura** (libros y prensa), la **música**, y, últimamente, la **producción multimedia** y los **videojuegos**.

La adopción de las tecnologías digitales ha facilitado el acceso de la población a contenidos culturales y, por lo tanto, ha propiciado el crecimiento del sector. Esta transformación digital plantea un futuro híbrido con más opciones y canales para acceder al mercado cultural, un sector de carácter transversal que también provee de contenidos a otros sectores económicos, como el turismo o la publicidad.





Sumario

LAS CLAVES PARA CONOCER EL SECTOR.....	4
Presentación del sector	4
Barcelona y su área metropolitana: la apuesta por las Industrias Creativas y Culturales.....	6
ÁMBITOS DE ACTIVIDAD.....	8
Artes escénicas.....	8
Cine, televisión y video.....	8
Imagen y diseño	9
Libros y prensa.....	9
Multimedia y videojuegos	9
Música y sonido	10
Patrimonio cultural.....	10
TENDENCIAS	11
PERFILES PROFESIONALES	14
EL SECTOR EN CIFRAS	17
PROYECCIÓN Y ESCENARIOS DE FUTURO	20
FUENTES CONSULTADAS.....	23

Las claves

para conocer el sector

Presentación del sector

El término “**industrias creativas**” es de origen anglosajón y su uso se generalizó durante la década de 1990, a la vez que la producción cultural se volvía más accesible para todos los colectivos sociales. Históricamente, el consumo cultural estaba restringido a escasos grupos o élites sociales, creando una diferenciación entre la alta cultura y la cultura popular. Con la llegada de la cultura de masas a lo largo del siglo XX, esta diferenciación se ha ido desdibujando progresivamente, **las manifestaciones creativas o culturales son mucho más accesibles** y la cultura contribuye activamente a crear identidades colectivas e individuales.

Igual que el resto de sectores económicos, las Industrias Creativas y Culturales producen bienes y servicios, pero con un notable componente de creatividad ligado a la originalidad y a los mensajes y emociones que se quieren transmitir. El sector, que es muy amplio y diverso, recoge:

- La **producción cultural tradicional** (el arte y los bienes patrimoniales, la pintura, la música, el teatro y el circo, entre otros).
- **Nuevas expresiones de la creatividad humana en formatos digitales**, como la producción multimedia, que también crean sus mercados con nuevas producciones y nuevo consumo.



Si segmentamos el sector de las Industrias Creativas y Culturales en función de las fases de la creación artística, podemos diferenciar diferentes **tipos de actividades**:

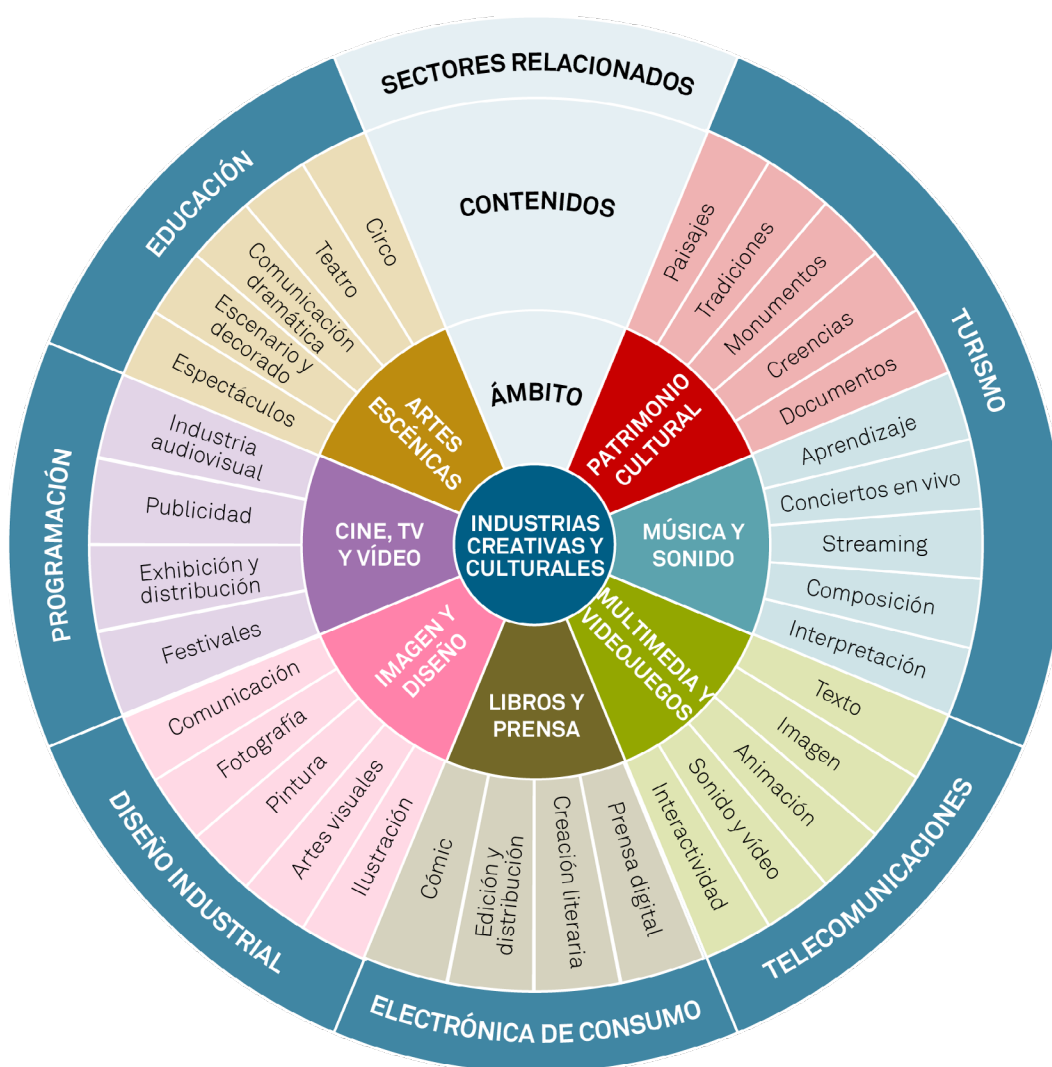
- **Actividades vinculadas a la producción creativa**, ya sea de productos audiovisuales -para radio, televisión o cine-, de espectáculos o artes escénicas en todas sus variantes o, incluso, de la imagen y el diseño de videojuegos y multimedia.
- **Actividades vinculadas a la distribución y la difusión** de las Industrias Creativas y Culturales, donde se pueden incluir las actividades de explotación dirigidas a acercar las producciones creativas al público, así como la actividad de gestión que tiene lugar en las infraestructuras que permiten vehicular estas producciones: los archivos, las bibliotecas y los museos, las plataformas audiovisuales y multimedia, la televisión, la radio, el cine, las salas de espectáculos y conciertos, los festivales, la industria editorial, etc.

- **Actividades vinculadas a la preservación** de los contenidos de las Industrias Creativas y Culturales y su patrimonio, así como funciones relacionadas con la educación o con la gestión de eventos o espectáculos.

Con relación a sus magnitudes, el informe *Rebuilding Europe: The cultural and creative economy before and after the COVID-19 crisis* de Ernst&Young aprecia que en 2019 las Industrias Creativas y Culturales aportaban el **4,4% de PIB de la Unión Europea**. Además, otros factores, como el proceso de digitalización, también han provocado que en los últimos años el sector haya crecido un 2% más rápido que la media otros sectores de la UE, aconteciendo más internacional y emprendedor. Según datos de Eurostat, el número de **personas ocupadas en el sector cultural** en la UE era de **7,36 millones en 2021**, casi un 6% más que cinco años atrás.

Finalmente, hay que destacar que las Industrias Creativas y Culturales son un sector con capacidad transformadora y que se interrelaciona transversalmente con muchos otros sectores, por lo que se convierte en un agente impulsor del cambio y la innovación económica.

Figura 1. Relación de las Industrias Creativas y Culturales con otros sectores



Fuente: Elaboración propia.



Barcelona y su área metropolitana: la apuesta por las Industrias Creativas y Culturales

Las áreas metropolitanas son los nuevos nodos de las redes globales de producción cultural y creatividad. Contar con equipamientos culturales y artísticos de primer nivel contribuye a la definición del carácter y el prestigio de una ciudad o metrópoli -desde una galería de arte bien posicionada hasta un gran teatro de ópera- y la sitúa en una posición ventajosa para impulsar actividades y negocios. De hecho, la ciudad de Barcelona siempre ha velado por ser un **foco de cultura y creatividad**. A lo largo de muchas décadas, se ha sabido posicionar internacionalmente en actividades clave del mundo creativo, como la **industria editorial** -es un gran clúster editorial con reconocimiento mundial y una de las ciudades más importantes de España y América del Sur en la industria del libro en castellano- o en el campo del **diseño** -por ejemplo, con los premios FAD y el Museo del Diseño y de las Artes Decorativas.

En la ciudad, la fisonomía del sector no está configurada por grandes empresas multinacionales, aunque existen algunas en el campo de la creación multimedia o de la producción editorial. En el Distrito 22@ hay más de un centenar de **pequeñas y medianas empresas** que desarrollan actividades de carácter creativo, especialmente en el ámbito del videojuego, la telefonía móvil o el diseño aplicado a diferentes campos. Como ciudad posicionada en los circuitos turísticos internacionales, también es referente en el ámbito musical con festivales como el Sónar o el Primavera Sound. Estas iniciativas culturales y creativas se sustentan sobre una **potente red de equipamientos culturales**, como el Museo Nacional de Arte de Cataluña, el Teatro Nacional de Cataluña, el Gran Teatro del Liceo, el Teatre Lliure o el Mercado de las Flores, que amplifican su impacto más allá de los límites de la ciudad.

Además de estas iniciativas y agentes, también existen sinergias y redes destinadas a impulsar la cultura en el resto del área metropolitana y, de este modo, orientar los flujos de público entre municipios en todas las direcciones. A pesar de los desequilibrios, la diversidad y la complejidad del territorio, existen infraestructuras e iniciativas que permiten trazar un plan de **cohesión cultural en toda el área metropolitana**. Por ejemplo, los museos y los centros de interpretación locales, que conservan, estudian y difunden la historia y el patrimonio de las ciudades en el área metropolitana, configuran redes museísticas más allá de los confines metropolitanos, como la Red de Museos de Arte de Cataluña o la Red de Museos Locales de la Diputación de Barcelona.

En definitiva, la ciudad es referente en el ámbito de las Industrias Creativas y Culturales gracias a la combinación de actividades creativas tradicionales con otras más innovadoras, a través de **centros y eventos consolidados** que forman parte de su idiosincrasia, tanto en el ámbito local como metropolitano y que tienen una dilatada experiencia. Algunos ejemplos de este tipo de eventos son el Festival de Jazz de Terrassa, con 40 años de historia; El Festival Grec, que se celebra en la ciudad desde 1976, o el Festival Internacional de Cine Fantástico de Cataluña, cuya primera edición data de 1968.

Ámbitos de actividad

Dado que el sector se relaciona transversalmente con otros sectores económicos, podemos encontrar perfiles profesionales de naturaleza bastante variada que, en función de su núcleo de actividad o conocimiento, pueden organizarse en los siguientes subsectores:

Artes escénicas



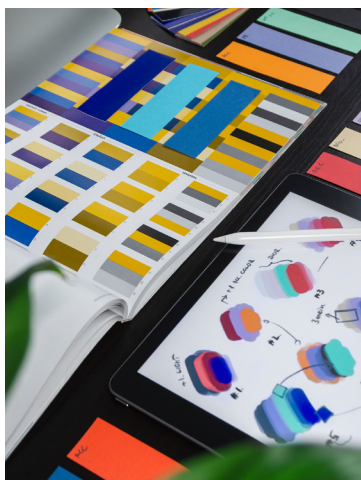
Son manifestaciones artísticas que tienen lugar en vivo, sobre un escenario y con público, y pueden interpretarse en espacios abiertos o cerrados, en instalaciones fijas o móviles, y entre las cuales destacan **la danza, el circo o el teatro**. Este subsector tiene tres elementos esenciales: la **interpretación**, es decir, el trabajo que realizan los actores/actrices o artistas; el **escenario**, que es el lugar donde se representa la función, y el **público receptor**. Al tratarse de montajes escénicos en directo, en cada evento participan profesionales que se responsabilizan de diferentes momentos y piezas clave de la actuación, desde la persona que se ocupa de la escenografía hasta la coordinación de elementos como la iluminación, el atrezzo, el vestuario o el maquillaje. De la misma manera, para poder llegar al público se requieren las figuras profesionales dedicadas a la producción y la distribución de los espectáculos, así como a la representación de artistas y compañías.

Cine, televisión y video



En este subsector económico, el arte y las técnicas empleadas se originan a partir de la cinematografía, cuyo gran momento de desarrollo y consolidación como fenómeno de masas tuvo lugar a lo largo del siglo XX. Del cine se han derivado la televisión y el vídeo, a medida que el cambio tecnológico lo ha permitido (por ejemplo, las primeras retransmisiones televisivas tuvieron lugar durante los Juegos Olímpicos de 1936, en Berlín). A partir de esta evolución, se empieza a hablar de la **industria audiovisual**, que incluye **la edición y el montaje** de vídeo, la **producción para la puesta en escena**, y también los y las profesionales dedicados/as al **3D, VFX y la animación**, que son técnicas de desarrollo de contenidos para la elaboración de productos audiovisuales.

Imagen y diseño



En este subsector se agrupa un conjunto de actividades creativas transversales y heterogéneas conocidas como **artes visuales**. La imagen y el efecto que provoca en la mente y las emociones de la persona a quien va dirigida es el elemento clave sobre el que pivotan actividades como **la ilustración, la fotografía o el diseño**, que tienen como denominador común la transmisión de ideas y valores a partir de la estética. La ilustración puede ir acompañada de texto y aplicarse en la publicidad y la comunicación, principalmente. A su vez, el diseño tiene varias dimensiones (industrial, gráfico, textil o de moda y de espacios) y se aplica en la edición, la moda o la producción industrial, entre otros. Finalmente, la fotografía puede tener una vertiente más artística o de autor y otra más cercana al periodismo y a la comunicación o la publicidad.

Libros y prensa



La producción de libros y prensa contempla diferentes tipologías y objetivos (literarios, técnicos, enciclopédicos, de entretenimiento, cómicos, académicos, divulgativos, entre otros) e incluye tareas relacionadas con la **creación literaria o periodística**, la **edición en soporte físico o digital** y, finalmente, la **promoción y distribución de los productos resultantes**. Cabe destacar que la irrupción de la digitalización en este subsector ha hecho disminuir el formato tradicional en papel en favor de los digitales. En paralelo, el sector también tiene que afrontar nuevos **retos relacionados con la digitalización**, como el cambio de hábitos de lectura de la sociedad, entre otros.

Multimedia y videojuegos



El término multimedia hace referencia a cualquier procedimiento, sistema o medio que, para presentar contenido o transmitir una idea, conocimiento o emoción, combina diferentes formatos de expresión físicos o digitales, como **texto, imagen, animación, sonido, video o interactividad**. Para su desarrollo son imprescindibles los elementos que garantizan la **experiencia de usuario**, especialmente para los profesionales que trabajan en programación y desarrollo de sitios web, aplicaciones móviles o videojuegos, también incluidos en este subsector. Esto incluye el diseño de la **interfaz** y su mantenimiento (tanto en términos de contenido como de elementos visuales), así como el diseño de la **experiencia**, que se lleva a cabo testeando prototipos y diferentes escenarios de interacción para garantizar una navegación fácil e intuitiva por los productos digitales.

Música y sonido



En este subsector se incluyen los compositores y artistas relacionados con la **elaboración de productos musicales**, ya sea en vivo o por *streaming*; los perfiles profesionales que prestan soporte técnico en la celebración de eventos musicales como conciertos o festivales, y el personal especializado en **el mantenimiento y la fabricación de instrumentos**. Además del consumo digital (en forma de experiencia musical o de producto), el subsector de la música y el sonido también tiene que ver con las herramientas que lo hacen posible, tanto las de producción musical informática como los instrumentos. Es decir, que este ámbito incluye las profesiones vinculadas a la creación musical, pero también a la restauración, la creación artesanal y la afinación de instrumentos.

Patrimonio cultural



El patrimonio cultural se puede definir como un conjunto de bienes que actúan como un medio de transmisión de mensajes y valores sobre la **identidad cultural y colectiva de una comunidad** y que permiten establecer un diálogo entre las diferentes generaciones depositarias de los conocimientos y el arte comunitarios. Se compone de todos los bienes y valores culturales que expresan la tradición y las costumbres, y también del conjunto de bienes muebles e inmuebles, que tienen un especial interés histórico, artístico, estético, plástico, arquitectónico, lingüístico o etnográfico. Las principales actividades relacionadas con los bienes culturales son la **exposición y dinamización del patrimonio**, los

servicios de apoyo y asesoramiento cultural y los servicios de **preservación y conservación**, tanto del patrimonio material (paisajes construidos, monumentos, yacimientos arqueológicos y geológicos, documentos, manuscritos u objetos de arte, mobiliario, industrial o manufacturero, entre otros) así como del inmaterial (expresiones culturales como la música, las costumbres, bailes, tradiciones gastronómicas, juegos, mitos, cuentos y leyendas, y conocimientos aplicados a oficios tradicionales, entre otros).

Tendencias

La pandemia de la Covid-19 ha tenido un gran impacto sobre las Industrias Creativas y Culturales en todo el mundo. Actividades con base únicamente física como museos, cines o festivales tuvieron que interrumpir su actividad durante los períodos de confinamiento, mientras que algunas de las tendencias que se habían iniciado antes de la pandemia, como la digitalización, el auge de las plataformas de *streaming* o la participación en actividades culturales en línea, se aceleraron. Estudios y expertos apuntan que la **adopción de nuevas tecnologías** en las ICC permitirá impulsar algunas de las actividades creativas, pero también pueden suponer una amenaza para algunos modelos de negocio que tengan más dificultades para incorporarlas.

Tendencias consolidadas

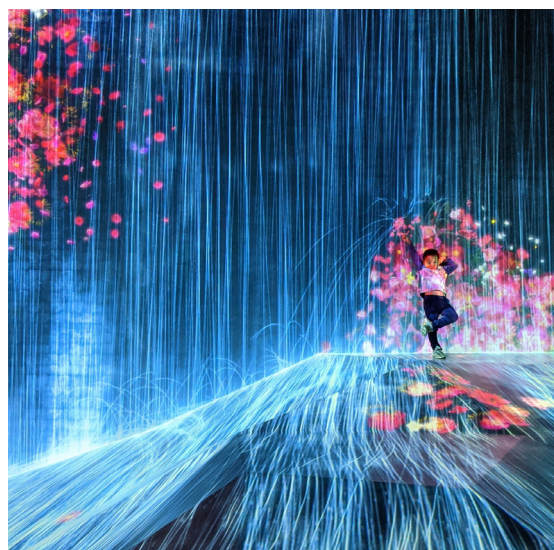
- **La irrupción y la consolidación de las plataformas digitales.** Esta tendencia afecta especialmente al subsector del cine, televisión y video, y también al subsector de multimedia y videojuegos. La producción y la distribución tradicional de películas ya no sólo la llevan a cabo grandes empresas productoras, y los estrenos no se hacen necesariamente en las salas de cine, sino que se tiende hacia la **producción masiva** y el **consumo a la carta** de series desde casa, con un notable incremento de la oferta de productos audiovisuales. También se refuerzan pautas y patrones culturales de consumo que, a su vez, acelerarán esta tendencia. Todo esto comporta un crecimiento del sector: se crean más empresas de servicios y, por tanto, más oportunidades laborales. Paralelamente, las plataformas digitales generan y explotan una gran cantidad de datos sobre los hábitos de consumo del usuario, lo que abre la puerta a ofrecer nuevos servicios personalizados a través de la inteligencia artificial.



- El sector de las ICC ha sido uno de los más impactados por la **transformación tecnológica: realidad virtual y aumentada, inteligencia artificial, cloud y blockchain**, entre otros, se están incorporando como herramientas de trabajo del sector. En cuanto a los profesionales del sector, no sólo tienen que afrontar la necesidad de actualizar sus conocimientos para incorporar estas tecnologías a su actividad habitual, sino que, en algunos casos, la transformación tecnológica puede modificar profundamente su manera de trabajar. Los nuevos entornos virtuales se han vuelto más complejos a raíz de la popularización de los contenidos digitales en línea y de las plataformas de *streaming*. En consecuencia, la digitalización ofrece nuevas posibilidades de monetizar los contenidos, pero, al mismo tiempo, obliga a los profesionales a aprender a desenvolverse en nuevos entornos y a enfrentarse a nuevos tipos de competencia.
- El sector asume rápidamente los **nuevos hábitos en la manera de consumir productos y servicios culturales**. Las nuevas tendencias en los modelos de consumo cultural (aparición y consolidación de nuevos géneros musicales, cambios en la producción de contenidos multimedia, entre otros) influyen en los modelos empresariales y la distribución de contenidos. Esta tendencia, que se ha acelerado con la digitalización, puede ser muy disruptiva y dar lugar a nuevas oportunidades de negocio, como en el caso de los videojuegos y los *e-sports*. Por tanto, es imprescindible desarrollar la capacidad de adaptarse al cambio continuo en los patrones de consumo de las audiencias, lo que provoca transformaciones en los perfiles profesionales que deben darles respuesta. Este es el caso, por ejemplo, de la repercusión que tiene el aumento de lectores y lectoras digitales en el incremento del número de profesionales del diseño gráfico que pueden trabajar elaborando *e-books*.

Tendencias emergentes

- **Las posibles aplicaciones de la inteligencia artificial, la realidad virtual o las tecnologías inmersivas en el sector de las Industrias Creativas y Culturales pueden ser ilimitadas.** Una de las maneras de combinar arte y tecnología es la generación de obras artísticas mediante programas informáticos. Por un lado, la inteligencia artificial puede ayudar a crear cuadros, sinfonías u otras obras de arte parecidas a las de autores de renombre, generando conflictos en términos de derechos de propiedad y autoría. Por otro lado, las mismas tecnologías pueden impulsar la actividad creativa, ya que los y las profesionales las utilizan y sacan partido de los algoritmos para crear nuevos proyectos artísticos, visualizaciones y narrativas diferentes.



- La producción creativa está estrechamente ligada al concepto de propiedad intelectual, pero **con la incorporación de tecnologías como la inteligencia artificial o la aparición de los NFTs** (*Non-Fungible Tokens*, un activo digital que representa un objeto único) **el límite de esta propiedad intelectual queda mucho más difuso**. Se ha empezado a debatir sobre la propiedad de las obras creadas por estas herramientas, así como sobre la posibilidad de que los autores tengan control sobre el aprendizaje que una inteligencia artificial realice a partir de su obra. Más allá de esto, la redefinición del concepto de propiedad intelectual, de *copyright* e incluso de autoría está sobre la mesa y, sin duda, modificará la relación futura de los y las autores/autoras con su obra.
- Progresivamente, el sector de las Industrias Creativas y Culturales se convierte en un **factor de desarrollo local social y económico** y, por tanto, se produce un **incremento en el número de proyectos colaborativos e interdisciplinarios entre ciudades y territorios**. En muchos casos, este tipo de iniciativas van acompañadas de la creación de *hubs* o *coworkings* creativos. Esta confluencia y colaboración contribuyen al impulso de la innovación y el desarrollo socioeconómico, dado que el impacto económico trasciende el mismo sector, creando conexiones con ámbitos como el turismo o el diseño.

Perfiles profesionales

Según el Observatorio del Trabajo y Modelo Productivo, algunos de los perfiles profesionales del sector de Industrias Creativas y Culturales en mejor posición, según el número de contratos firmados y la cantidad de personas que demandan este trabajo a través del Servicio Público de Empleo de Cataluña, son los siguientes:

Programador/a

Se dedica al proceso de **producción y mantenimiento de programas informáticos**. La digitalización de la industria cultural ha impulsado la incorporación de estos perfiles, ya sea como personal fijo del proyecto o a través de empresas externas. Sus funciones principales son redactar y mantener códigos de nuevas aplicaciones o bien ampliar programas ya existentes para reforzar su eficiencia operativa o adaptarlos a nuevos requisitos.

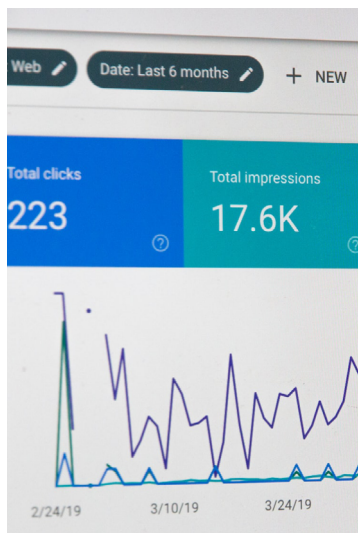
Programador/a web

Este perfil profesional combina conocimientos técnicos y de diseño para **crear, programar y modificar sitios web y aplicaciones**, con el objetivo de hacerlos escalables, seguros y confiables. Este/a profesional desarrolla sitios web, incluyendo la presentación de la información en el *Frontend* (interfaz de usuario y lógica del negocio digital) y la parte no visible para los usuarios, es decir, las comunicaciones en el *Backend* (conexión con la base de datos y el servidor). En los últimos años ha aumentado la demanda de este tipo de profesionales, así como la de perfiles especializados en diseño web que combinen **capacidades artísticas y creativas** con el **conocimiento técnico de software, lenguajes informáticos y scripts**.

Montador/a audiovisual

Este perfil profesional se refiere a las personas que trabajan en la edición y el montaje de productos audiovisuales. Por lo tanto, conocen y controlan el **software para la edición y la mezcla de imágenes y sonidos**, así como los efectos especiales visuales y sonoros. En los últimos años, el incremento de las actividades vinculadas al cine y al video, pero también a los servicios de tecnologías de la información, que facilitan el acceso a los contenidos mediante, por ejemplo, plataformas de *streaming*, ha hecho crecer la demanda de estos profesionales especializados.





Programador/a de videojuegos

Diseña videojuegos mediante herramientas gráficas interactivas y lenguajes de programación, incorporando animaciones digitales, imágenes, presentaciones, juegos, secuencias de sonido y de vídeo y aplicaciones de Internet. En nuestro país, la demanda de esta ocupación está en constante crecimiento y **Barcelona** se está convirtiendo en una **pieza clave en el mercado internacional de los videojuegos**. Los perfiles de programación, producción y diseño de videojuegos ocupan una posición indiscutible de liderazgo dentro del sector del ocio audiovisual e interactivo, con una **previsión de crecimiento anual de los puestos de trabajo en España de un 4,5%**, según datos de DEV (Desarrollo Español de Videojuegos).

Actor/Actriz

Este perfil profesional tiene un carácter polivalente, ya que podemos encontrarlo actuando en **producciones teatrales**, en **películas** o en **producciones de radio o televisión**. Se trata de una ocupación que, en el caso de la ciudad de Barcelona, ha seguido una evolución ascendente después de la pandemia. Según datos de la Barcelona Film Commission (BFC), desde 2021 se han incrementado las producciones audiovisuales en la ciudad, especialmente las de cine y vídeo, la grabación de sonido y también las actividades artísticas y espectáculos.

Experto/a en analítica web

A partir de la recopilación de información generada por la actividad en línea de una empresa, este/a profesional evalúa y actualiza las interfaces web para mejorar su rendimiento. Al mismo tiempo, dispone de conocimientos de desarrollo web y, por tanto, crea estrategias digitales para **mantener el sitio web actualizado y optimizado** y, así, lograr una **buena experiencia de usuario**. Esta ocupación se ha convertido en una figura esencial para conocer el rendimiento global del sitio web o plataforma en línea de una organización, pudiendo justificar con datos cuantitativos y cualitativos hasta qué punto está bien construido y orientado al público objetivo.

Técnico/a de imagen y sonido

Participa en actividades culturales y artísticas de todo tipo y, en ocasiones, de manera estacional, ya que estos/as profesionales de apoyo a actividades culturales tienen **picos de alta demanda**, coincidiendo con los meses en los que tienen lugar más eventos, especialmente actividades artísticas y espectáculos. También encontramos profesionales contratados en las producciones cinematográficas y de vídeo, además de en actividades artísticas y culturales asociadas a fines educativos, bibliotecas o museos.



Diseñador/a gráfico/a

Perfil dedicado al diseño de los **contenidos visuales y audiovisuales** para la comunicación de la información utilizando medios impresos, cinematográficos, electrónicos, digitales y otros medios audiovisuales. Este/a profesional crea gráficos, efectos especiales, animaciones y otras imágenes visuales para su uso en juegos de ordenador, películas, vídeos musicales, medios impresos y anuncios publicitarios. La multiplicidad de ámbitos en los que pueden ejercer su profesión hace que se haya producido una evolución ascendente del número de contratos en los últimos años, con una variación interanual positiva. Esta relevancia se explica, sobre todo, por su **creciente demanda vinculada a la publicidad y el marketing**, así como por su implicación en la implementación de los servicios de tecnologías de la información.

Algunos de los retos que tendrán que afrontar los y las profesionales de este sector en los próximos años, según el informe de la Organización Internacional del Trabajo (2019) [*Challenges and opportunities for decent work in the culture and media sectors*](#), están relacionados con las características laborales del mercado de trabajo de las Industrias Creativas y Culturales. Así, a pesar de ser un sector muy heterogéneo y cambiante, se pueden identificar algunas características comunes:

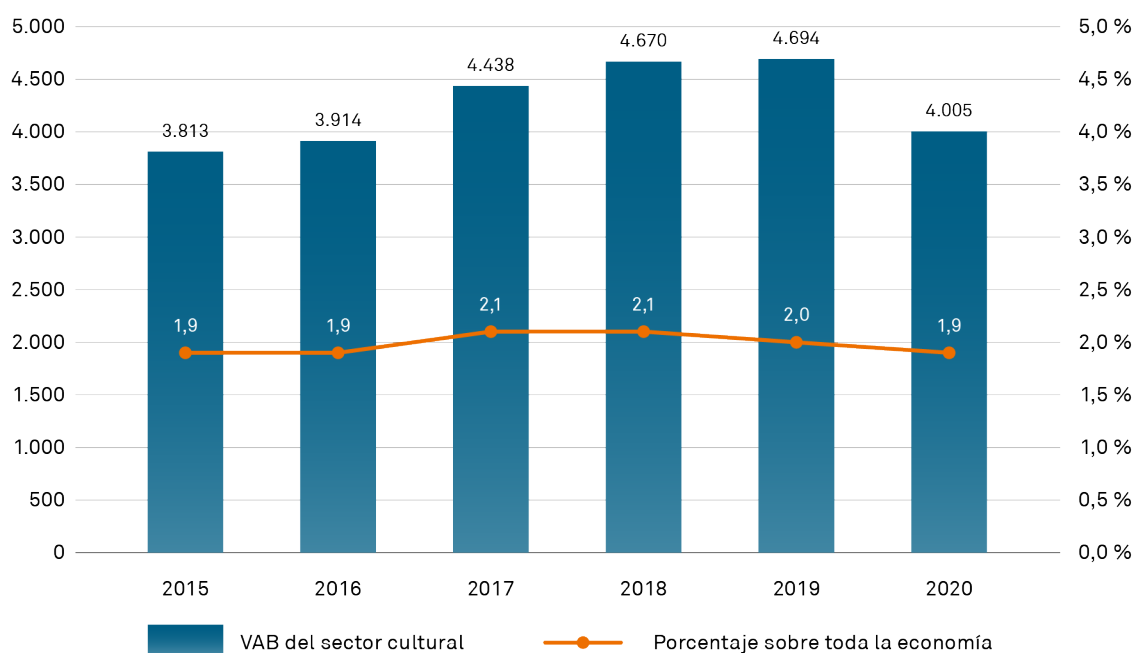
- **El impacto de las tecnologías digitales**, que se hace patente en la tipología de contratos o relaciones laborales que se establecen. Últimamente, se han incrementado notablemente las formas de empleabilidad no convencionales que, detrás de la aparente flexibilidad laboral y el incremento de oportunidades, también puede comportar el aumento de situaciones laborales poco deseables.
- **Fomento de la asociación entre los colectivos más vulnerables** para luchar contra las posibles vulneraciones de derechos. Aspectos como la perpetuación de estereotipos, la desigualdad salarial y el acoso sexual son algunos de los motivos que se citan como causas de la falta de calidad laboral del sector. La asociación profesional permite reforzar el poder de negociación o aumentar la información sobre los derechos y deberes de los trabajadores y las trabajadoras, ya que existe un fuerte desconocimiento al respecto debido, precisamente, a su singularidad.

El sector en cifras

Para interpretar la evolución reciente de las cifras económicas del sector de las Industrias Creativas y Culturales, es imprescindible mencionar el **marcado impacto negativo que tuvo la pandemia de la Covid-19** en la actividad cultural. Los periodos de confinamiento, los toques de queda y las restricciones sobre el aforo en equipamientos culturales obligaron a detener o posponer muchas producciones, tanto por cuestiones de seguridad como por la dificultad de obtener una rentabilidad económica. También cayó en picado la **participación cultural** de la ciudadanía en Cataluña en el año 2020 y, a pesar de una ligera recuperación en 2021, las pautas de consumo cultural todavía no han recuperado los niveles prepandemia, como sugiere la [Encuesta de participación cultural en Cataluña 2021](#).

Según se desprende del [Informe anual del estado de la cultura y de las artes \(2022\)](#), todo esto se refleja en el descenso del **valor añadido bruto de las empresas culturales en Cataluña** registrado en el año 2020, que fue de **4.005 millones de euros**, casi un 14,7% menos que el año anterior. Esto supuso una interrupción de la tendencia ascendente que seguía el sector en los últimos años.

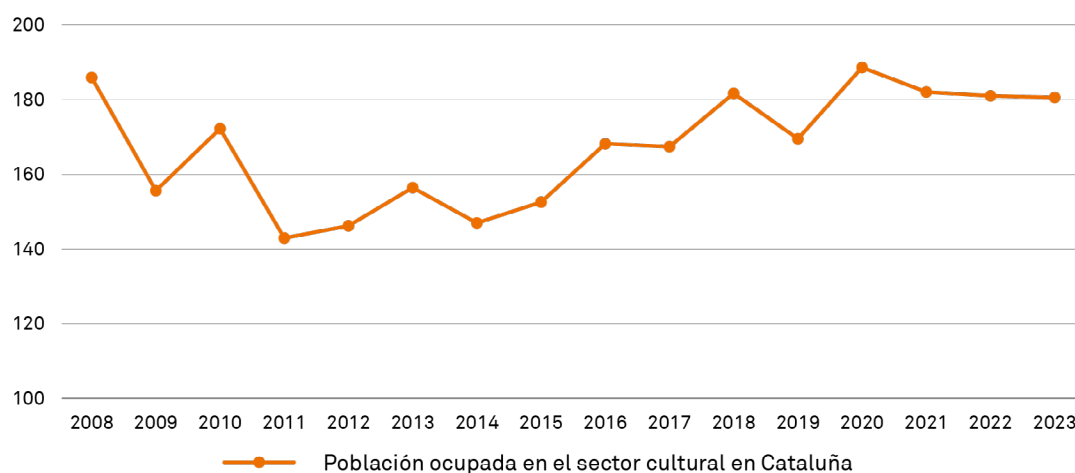
Figura 2. Evolución del valor añadido bruto (VAB) del sector cultural en Cataluña (2015-2020)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Informe anual del estado de la cultura y las artes e Idescat.

A pesar de la evidente perturbación que provocó la pandemia en el sector de las Industrias Creativas y Culturales, todo apunta a que sus efectos se disiparon a medida que se fueron relajando las restricciones y no serán permanentes. Al menos, así ha sido en el caso del empleo. Después de un ligero descenso en el año 2020, el **número de personas empleadas en el sector cultural** en Cataluña no solo se recuperó en 2021, sino que alcanzó su **cifra más alta desde 2008**.

Figura 3. Evolución de la población ocupada en el sector cultural en Cataluña, en miles de personas (2008-2022)

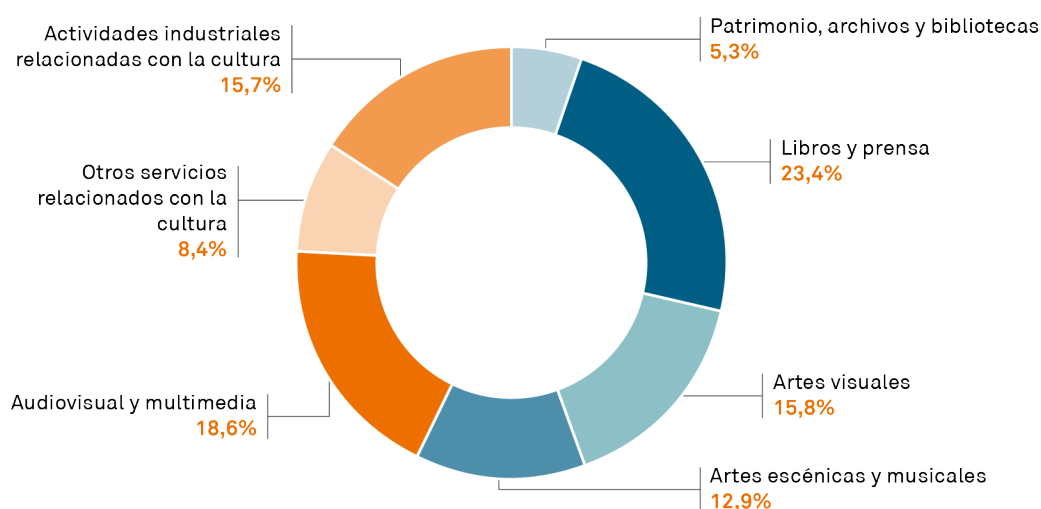


Fuente: Elaboración propia a partir de datos de Idescat.

También en términos de ocupación, hay que destacar el peso de la ciudad de **Barcelona** como **polo central de las actividades creativas** en Cataluña. Según la [Medida de gobierno de impulso de las industrias creativas \(2019\)](#) del Ayuntamiento de Barcelona, antes de la pandemia la ciudad concentraba un 49,5% de los puestos de trabajo culturales en Cataluña, mientras que la concentración de la ocupación global (es decir, teniendo en cuenta todos los sectores económicos) era solo del 32,6%. El mismo patrón se repite en cuanto al tejido empresarial, puesto que el 48,1% de las empresas con personas asalariadas catalanas dedicadas a los sectores creativos están ubicadas en Barcelona. Dentro de la ciudad, la distribución de las empresas culturales también es desigual. **Los distritos del Eixample y Sarriá – Sant Gervasi suman conjuntamente cerca del 50% de los establecimientos dedicados a los sectores creativos**, seguidos de San Martín (11,6%), Gracia (10%) y Las Cortes (6,6%).

En cuanto a la distribución de la ocupación por dominios culturales, el ámbito que tiene más peso en Cataluña es el de **Libros y prensa**, con un 23,4% de las personas ocupadas en el sector cultural. Le siguen el **Audiovisual y multimedia** (18,6%) y las **artes visuales** (15,8%)

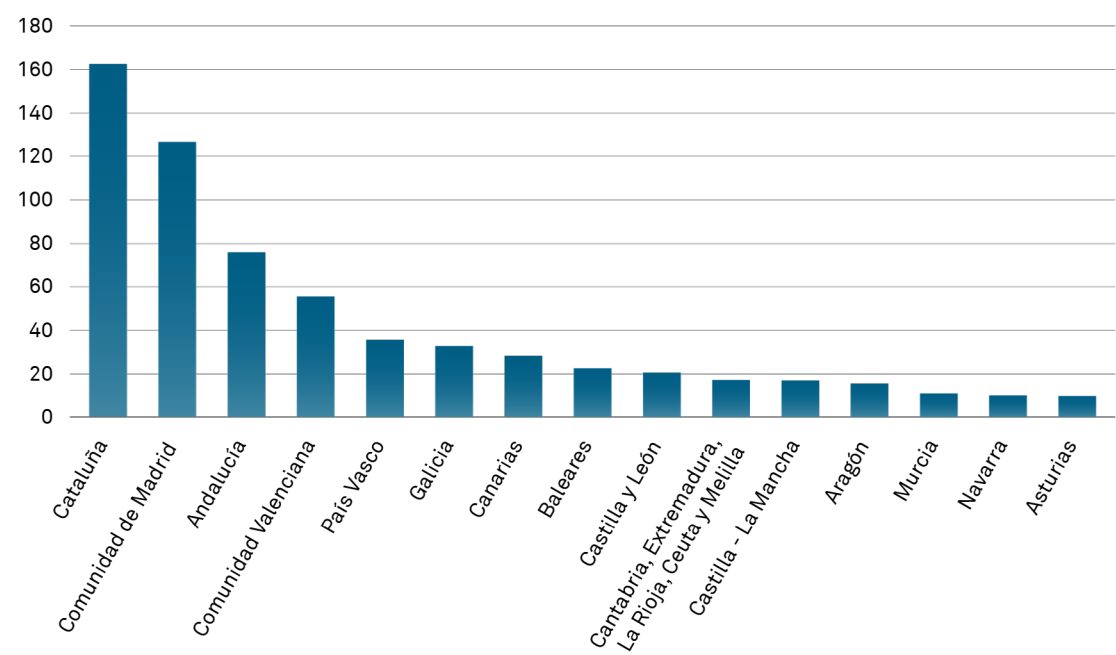
Figura 4. Distribución de la ocupación cultural en Cataluña por ámbitos de actividad (2020)



Fuente: Elaboración propia a partir de Idescat.

En el conjunto del Estado español, Cataluña y la Comunidad de Madrid compiten por el liderazgo en términos de ocupación cultural, muy por delante del resto de regiones. Según datos de la Encuesta de Población Activa del año 2022, **Cataluña fue la comunidad autónoma con más personas empleadas en el sector**, con una media de 162.600 (un 4,6% del empleo total del sector en todo el estado).

Figura 5. Distribución de la ocupación cultural en el Estado español por comunidades autónomas, en miles de personas (2022)



Fuente: Elaboración propia a partir de datos del Anuario de estadísticas culturales (2023).

El sector de las Industrias Creativas y Culturales se debate en una disyuntiva que seguirá marcando su evolución en los próximos años. Por un lado, el sector cuenta con una alta valoración social gracias a sus funciones de innovación, transmisión de ideas y valores, y también como vehículo de expresión de la creatividad colectiva e individual. Por otro lado, presenta dificultades estructurales para desarrollarse en una economía de libre mercado y se ha visto más afectado negativamente por las crisis de 2008 y 2020 que el resto de sectores económicos.

Debilidades

- **Los empleos en este sector tienden a ser inestables y estacionales**, lo que produce cierta **precariedad laboral y modelos de negocio poco robustos**, lo que se traduce en una falta de estabilidad profesional. En consecuencia, han surgido múltiples asociaciones que, de manera coordinada, se agrupan para representar al sector y mejorar las condiciones de los profesionales.
- Todavía predomina la **idea de que el sector cultural y las profesiones creativas son altamente vocacionales** y que el rendimiento económico no es prioritario en las iniciativas de carácter cultural o creativo. Esto dificulta las posibilidades de monetización y pone en riesgo la rentabilidad económica de determinados proyectos profesionales.
- **Es un sector muy heterogéneo**, por lo que **los cambios pueden afectar de manera asimétrica a diferentes actividades**. Por ejemplo, algunos ámbitos son muy resistentes a los cambios tecnológicos, como el mundo del libro, y aunque la digitalización de contenidos favorece el dinamismo de la industria audiovisual, también ha provocado la caída de la asistencia al cine y de las ventas de productos físicos.

Amenazas

- **En épocas de crisis social y económica, el sector decrece y se destruye mucha ocupación** porque, a pesar de su elevado valor social, no ofrece productos o servicios considerados de primera necesidad. Esta dinámica se ha hecho evidente a raíz de la crisis de la Covid-19.
- **Los cambios que están transformando el sector** (cambios culturales en los patrones de consumo, nuevos modelos de negocio derivados de la adopción de las tecnologías digitales, hibridación de disciplinas artísticas) **no se incorporan con suficiente agilidad a la oferta formativa**. Por lo tanto, es necesario ajustar los currículos académicos a la realidad actual de las Industrias Creativas y Culturales.

Fortalezas

- El sector incluye una amplia variedad de ocupaciones esenciales, tanto en el ámbito de la creación artística y cultural como en el soporte técnico necesario para llevarla al gran público consumidor. Por lo tanto, ofrece **múltiples oportunidades profesionales en una variedad de especialidades y niveles formativos**.
- Dado el gran prestigio social de las Industrias Creativas y Culturales, **empresas privadas de otros sectores económicos patrocinan iniciativas y eventos culturales** como estrategia de comunicación o responsabilidad social corporativa. Esto impulsa las iniciativas empresariales del sector.
- **Cataluña y, en particular, la ciudad de Barcelona son centros de referencia del sector, tanto a nivel nacional como internacional**, en empleo y también en número de empresas. Además, se están haciendo esfuerzos para consolidar esta posición con iniciativas como el Disseny Hub, el programa “Fábricas de Creación” y el impulso de eventos y festivales culturales de renombre.

Oportunidades

- **El consumo de productos y servicios culturales**, aunque no se considera un servicio esencial, **cuenta con una demanda fiel** que garantiza su viabilidad, como ocurre en el ámbito de la lectura, el teatro o los festivales musicales.
- Las **conexiones del sector con otros ámbitos de actividad de producción de bienes y servicios** son múltiples y diversas (investigación, desarrollo de software, moda, impresión, joyería, etc.), lo que genera oportunidades de crecimiento y fomenta la apuesta por el cambio continuo como vector de creación de competitividad, riqueza y empleo.
- Más del 16% de los residentes actuales en Cataluña son de origen extranjero, mientras que a principios del siglo XXI solo lo era el 3%. Sin embargo, su presencia aún no es lo suficientemente visible en instituciones y equipamientos culturales, por lo que **aún queda mucho por recorrer en términos de riqueza y diversidad cultural**.

En definitiva, el sector de las Industrias Creativas y Culturales es un **sector consolidado y estratégico**, tanto en su vertiente económica como por la importancia y el prestigio social que se otorga a la creación artística y cultural. Su heterogeneidad y sus fronteras imprecisas hacen que el sector incluya una amplia variedad de ocupaciones, que van desde la creación artística más tradicional (artes escénicas, escritura, pintura, creación musical, ilustración) hasta la más vanguardista (por ejemplo, la vinculada a la programación y el desarrollo de videojuegos).

La demanda de empleo en los próximos años se centrará en ocupaciones más vinculadas a procesos creativos a través de **soportes y herramientas digitales**. La causa de esto es que las Industrias Creativas y Culturales son el espacio donde aterrizan todas las nuevas manifestaciones artísticas y creativas que dialogan con las nuevas tecnologías, hasta el punto de que se acomodan y encuentran un instrumento de reproducción. Esta hibridación puede incluso volverse más profunda, en la medida en que muchas manifestaciones artísticas e imaginativas adquieren, a través de las nuevas tecnologías, formas directas de creación, producción, distribución y difusión, lo que supone, en muchos casos, una auténtica **revolución en la cadena de valor tradicional del arte y la cultura**.

Barcelona es el polo central de las actividades creativas en Cataluña y una prueba de la versatilidad barcelonesa en este ámbito económico es el hecho de que se haya convertido en una de las ciudades europeas con mayor número de startups. Por lo tanto, las Industrias Creativas y Culturales configuran una parte importante del paisaje creativo de la Barcelona actual. Son, además, un ámbito cultural en constante crecimiento y un vector potente de creación de competitividad, riqueza y empleo.

Fuentes consultadas

Fuentes utilizadas para la redacción del 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 y 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 y Observatori dels Públics del Patrimoni Cultural de Catalunya (2022). [Enquesta de participació –cultural a Catalunya 2021](#).

- 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 y 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) y Sergi Penedès (2015). [Agents Culturals Sotaradar. Emergència, invisibilitat, independència i relacions amb l'administració: aproximació a una realitat canviant](#).
- Organización Internacional del Trabajo (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](#).
- Villarroja, A. y Barrios, M. (2019). [Desigualtats de gènere en l'ocupació cultural a Catalunya. Consell Nacional de la Cultura o de les Arts](#).

Créditos de imagen

ALI MUFTUOGULLARI. Mujer en frente de una escultura lumínica. Imagen de portada y sumario.
ROBERT COLLINS. Danza contemporánea. Abstract.
CLARA SOLER CHOPO. Interior del Teatro Romea. Abstract.
PABLO ARENAS. Videojuego. Abstract.
THOUGHT CATALOG. Libros. Abstract.
MATTHEW BALL. Guitarrista. Abstract.
STÅLE GRUT. Cuadro de Van Gogh. Abstract.
IAN DOOLEY. Pág. 4.
VICENTE ZAMBRANO. Pág. 6.
ERNEST GHAZARYAN. Artes Escénicas. Pág. 8.
JAKOB OWENS. Cine, televisión y vídeo. Pág. 8.
BALÁZS KÉTYI. Imagen y diseño. Pág. 9.

STUDIO MEDIA. Libros y Prensa. Pág. 9.
LUCAS ORTIZ. Multimedia y videojuegos. Pág. 9.
FREESTOCKS. Música y sonido. Pág. 10.
YUVAL ZUKERMAN. Patrimonio cultural. Pág. 10.
COTTONBRO STUDIO. Pág. 11.
LUCREZIA CARNELOS. Realidad virtual en un museo. Pág. 12.
NOTE THANUN. Instalación de luces inmersiva. Pág. 12.
JAKOB OWENS. Pág. 14.
BEE BALOGUN. Técnico de sonido. Pág. 15.
STEPHEN PHILLIPS. Analítica web. Pág. 15.
ERIK MCLEAN. Actor. Pág. 15.
ANTONI SHKRABA. Pág. 16.

Este informe ha sido realizado por **Utrans**.