

Cápsula de tendencia sectorial: Industrias creativas
Diciembre 2011

La economía creativa: una industria en crecimiento

En Estados Unidos, 38 millones de personas, el 30% de la población activa, se engloba en la denominada clase creativa, que está formada por las personas que trabajan en la creación de nuevas ideas, tecnologías, productos y contenidos. A principios del siglo XX esta clase no llegaba a los 3 millones de personas.

Se entiende por industrias creativas aquellas que **tienen su origen en la creatividad individual, las habilidades y el talento, y que buscan el bienestar y la creación de productos, proyectos o trabajos a través de la generación y la explotación de la propiedad intelectual.** La propiedad intelectual se traduce en marcas registradas, patentes, modelos de utilidad, derechos de autor, derechos de reproducción, etc.

No sería del todo correcto afirmar que las industrias creativas suponen un nuevo tipo de servicios, y resultaría extraño incluirlas en un estudio sobre sectores, sin embargo, las industrias creativas se están posicionando como un ámbito de actividad de interés, sobre todo para economistas, estadistas, expertos/as en cultura y cargos y dirigentes políticos/as.

Además, este hecho refleja que existe una mayor conciencia sobre el papel que juegan las industrias culturales en un contexto socioeconómico como el actual, ya que se erigen como un vehículo de difusión e intercambio de la diversidad cultural entre los países. No obstante, el concepto de industrias creativas es relativamente nuevo, y los gobiernos de los diferentes estados aún no están suficientemente convencidos sobre las necesidades de inversión y de impulso de este ámbito de actividad, y como éste devolverá beneficios económicos y sociales al propio país; por estos motivos no se ven favorecidas en el reparto de fondos públicos.

Conviene destacar que la globalización y la llegada de las TIC y su consolidación como herramienta de creación, distribución, difusión y comercialización de contenidos digitales ha tenido un impacto profundo en las industrias creativas.

Además, **la creatividad económica y tecnológica están acercándose e interactuando con la creatividad artística y cultural.** En este sentido, la interacción entre economía, tecnología y arte se evidencia en multitud de empresas que realizan actividades de animación por ordenador, música digital, diseño digital, etc. Asimismo, **es palpable la interacción entre el ocio-negocio o arte-negocio.** Así, la aparición de estas interacciones está dando lugar a la consolidación de las industrias creativas como sector propio de actividad.

Así, para aprovechar las oportunidades que ofrecen las industrias creativas, los gobiernos necesitan definir e identificar indicadores culturales para luego medirlos y desarrollar un mapeo que permita conocer el comportamiento y la situación de las industrias culturales en los diferentes países.

El papel de la UNESCO, que cuenta con un departamento de estadística especializado, es vital para orientar sobre las mejores prácticas, proporcionar apoyo a los gobiernos que necesiten emprender un proyecto ambicioso como es el impulso de las industrias creativas, y obtener una justificación sobre la necesidad de realizar estas inversiones.

Impacto en el sector

En un mundo globalizado y tecnificado como el actual, con un nivel educativo alto, una competencia más feroz de los mercados y una múltiple variedad de productos, tanto la sociedad como las empresas necesitan una fusión entre cultura y creatividad, un binomio que les ayude a desarrollarse.

Que las empresas hayan reconocido la importancia de la creatividad es un gran avance ya que, hoy en día, más que nunca, necesitan innovar y, en este marco, la creatividad se convierte en una de las ventajas competitivas más importantes.

En el año 2000, *Business Week* introdujo por primera vez el concepto de "economía creativa". En 2001 *John Howkins* escribió el libro *The Creative Economy* en el que identificó **15 sectores productivos que la componían**, los siguientes: **innovación y desarrollo, edición, software, televisión y radio; diseño (gráfico, industrial, moda, textil, etc.) música; cine, juegos, publicidad, arquitectura, arte escénico, artesanía, videojuegos, moda y arte**. Este libro, revisado en 2007, aún da por válido este listado.

Además, están apareciendo otros servicios relacionados con la creación y los sectores productivos, los relacionados con el marketing, la comercialización, la financiación, la gestión, la investigación, etc. En este sentido, están apareciendo nuevas figuras comerciales, institutos de investigación, agencias especializadas, gestoras culturales, etc., que basan su filosofía de negocio en la creatividad y este nuevo concepto de industria.

Así, la variedad de empresas creadas es inmensa tanto en las actividades que desarrollan como en los mercados hacia los que se dirigen. Algunos ejemplos son: productoras, estudios de diseño, laboratorios, estudios de grabación, grupos musicales, compañías teatrales, salas de exhibiciones, estudios de arquitectura, galerías, salas de conciertos, editoriales, empresas de gestión cultural, organización de eventos, salas polivalentes, estudios de ingeniería, etc.

Finalmente conviene destacar que **una característica muy importante de estas empresas es que muchas de ellas se originan en un contexto de economía informal y, si posteriormente tienen éxito, se profesionalizan y se consolidan.**

En 1999 *John Howkins* estimó en 2,24 trillones de dólares los ingresos generados por este tipo de industrias. Los Estados Unidos son líderes incuestionables en la creación y consolidación de este tipo de empresas; producen el 40% del total de los ingresos actualmente.

Impacto sobre los perfiles profesionales

Algunas de las actividades donde se puede encontrar un trabajo en el ámbito de las industrias creativas son: asesoría en la producción y comercialización de productos artesanos, desarrollo de software educativo o de entretenimiento; diseño gráfico para imagen corporativa, diseño gráfico por paquetes y envases; diseño publicitario; diseño de moda para alta costura; consultoría y asesoría en diseño de productos; entre otros.

Numerosos estudios afirman que las industrias creativas y el sector cultural son los que presentan mejores perspectivas de desarrollo, de negocio y de empleo, sobre todo en países desarrollados, principalmente en aquellos que sepan explotar su diversidad cultural.

Los **perfiles profesionales de las industrias culturales son muy variados** y, en general, **presentan un nivel educativo medio y alto, principalmente, con titulaciones universitarias.**

Sin embargo, según estudios de personas expertas, más allá de la formación, las competencias esenciales para triunfar en las industrias creativas son la creatividad, el autoconvencimiento y la autoconfianza, en este sentido, las cualidades de los/las profesionales de las industrias creativas tienen que ver con las del emprendimiento.

Las titulaciones más comunes en las industrias creativas son: publicidad y relaciones públicas, marketing, ingeniería, diseño o arquitectura.

No obstante, también se pueden encontrar otros profesionales con titulaciones asociadas a otros sectores que complementen los más comunes y que contribuyan a una mayor diversidad y creatividad dentro de las industrias creativas.

Así, el perfil más común de profesionales que trabajan en el sector son personas emprendedoras que ponen en marcha un negocio relacionado con una afición y que deciden explotarla comercialmente. Estas personas necesitarán asesoramiento sobre cómo crear una empresa, derechos y deberes laborales, gestión de empresas y de recursos humanos, y gestión de recursos culturales, entre otros, sobre todo, al inicio de la actividad. Además, será necesario que continuamente actualicen sus conocimientos artísticos.

Por tanto, los/las **profesionales del sector, además de ser creativos/as y expertos/as en su ámbito de actividad concreto, deberán ser estrategas/as, innovadores/as y gestores/as.**

Cofinanciado por:

