

SECCIÓN INTERNACIONAL¹ NESTA² Y CCI³: TOMANDO LA ECONOMÍA CREATIVA SERIAMENTE. CÓMO REFORZAR EL ESTATUS DE LAS INDUSTRIAS CREATIVAS COMO UNA FUERZA ECONÓMICA DE SERIEDAD.

Hasan Bakhshi comenta sobre sus dos estudios “Un mapeo dinámico de las industrias creativas de Reino Unido” y “Manifiesto para las industrias creativas” financiados por NESTA.

HASAN BAKHSHI

Director, Creative Economy in
Policy & Research NESTA
hasan.bakhshi@nesta.org.uk

Política e investigación
Area Cultural: Industrias
Creativas

Fecha original de publicación:
Sep 17, 2015
En www.artsmanagement.net

Link publicación original:
[http://www.artsmanagement.net/
index.php?module=News&func=-
display&sid=1693](http://www.artsmanagement.net/index.php?module=News&func=-display&sid=1693)

¹ Traducido por Osvaldo
Guzmán Núñez.

² Fundación Nacional para la
Ciencia, la Tecnología y las Artes,
Reino Unido.

³ Centro por la Innovación
Cultural, Reino Unido.



Fue el entonces Secretario de Estado para Cultura, Chris Smith, quien en 1998 presentó por primera vez la visión de “Gran Bretaña Creativa”, en una serie de discursos publicados bajo ese nombre. Él encargó un informe de mapeo, en el cual presentó lo que parecían 13 sectores dispares que constituían las “industrias creativas”: la publicidad, la arquitectura, el arte y las antigüedades, los juegos de computador, la artesanía, el diseño, la moda de diseño, el cine, la música, las artes escénicas, la edición, el software, la televisión y la radio.

La selección en realidad sólo correspondió vagamente a la propia definición del Departamento de Cultura, Medios de Comunicación y del Deporte (DCMS) de las industrias creativas, como “aquellas industrias que tienen su origen en la creatividad, la habilidad y el talento individual y que tienen un potencial de riqueza y de creación de empleo a través de la generación y explotación de la propiedad intelectual”. No estaba claro, por ejemplo, por qué el diseño de moda o la publicidad deben ser singularizados, digamos, por sobre la investigación y el desarrollo científico, por su potencial para generar propiedad intelectual. Pero, como mi colaborador Alan Freeman describe, el DCMS-13 capturó la “realidad pragmática” de una economía cada vez más basada en la creatividad como su fuerza de trabajo, y esto sin duda ayuda a explicar su longevidad a pesar de toda la tecnología y el cambio de mercado que el sector ha experimentado desde 1998. Y, sin embargo, al mismo tiempo, ya que no existe una metodología sistemática explicando por qué estas industrias particulares fueron seleccionadas como corresponde a la definición DCMS sobre las demás, ¿deberíamos sorprendernos de que los encargados de políticas públicas nunca han actualizado las clasificaciones (ni tampoco la definición en sí)?

Esto es lo que nos hemos propuesto en la investigación, en la cual un mapeo dinámico es solo la primera parte. Este informe propone un procedimiento de tres pasos para la clasificación de algunas industrias como más creativas que otras. A partir de una teoría de la creatividad, primero se desarrolla una metodología para identificar a las ocupaciones creativas de las clasificaciones ocupacionales estándar, según lo descrito por mi co-autor Peter Higgs; segundo, miramos para ver en cuáles industrias se agrupan estos trabajadores, como indica Alan, y tercero, utilizamos técnicas estadísticas para dividir la economía en aquellas industrias donde el talento creativo constituye una gran parte de la

“Esto es lo que nos hemos propuesto en la investigación, en la cual un mapeo dinámico es solo la primera parte. Este informe propone un procedimiento de tres pasos para la clasificación de algunas industrias como más creativas que otras”.

fuerza de trabajo, y otras industrias donde trabajadores creativos constituyen una pequeña parte.

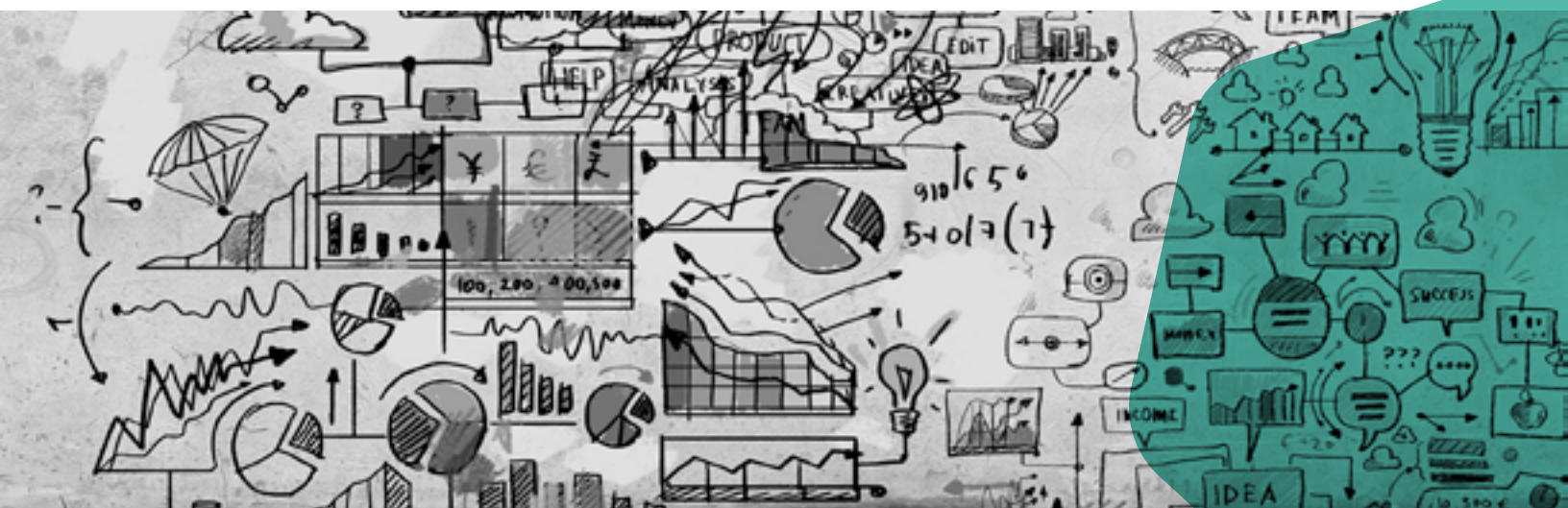
Este último paso, para el Reino Unido, al menos, resulta ser muy sencillo: porque en los datos que tenemos hay claramente un pequeño número de industrias (las “industrias creativas”), en las que una excepcionalmente alta proporción de la fuerza de trabajo está compuesta por ocupaciones creativas (con intensidades “creativas” en algunos casos superiores a 85%), en comparación con la gran mayoría de las otras, donde el talento creativo representa bajas proporciones de la mano de obra. Una característica importante de esta metodología “de abajo hacia arriba” para la clasificación de las industrias creativas, es que la selección industrial puede cambiar con el tiempo, ya que algunas industrias se vuelven “más creativas” que otras, lo que refleja los cambios estructurales en la demanda y la oferta de mano de obra creativa (por lo tanto, un mapeo “dinámico”). Como tal, nos preguntamos si nuestra metodología podría tener una aplicación más amplia en la cartografía de otras “industrias”, donde el rápido cambio estructural desafía la noción misma de una clasificación estática

de la clase, que los analistas de la industria por lo general dan por sentado –esto es algo que estamos explorando en nuevas investigaciones que intentan mapear la economía de ‘alta tecnología’ en el Reino Unido–.

Una cifra del mapeo dinámico muestra dónde se empleó el talento creativo en la economía del Reino Unido en 2010, por la importancia del talento creativo en la fuerza de trabajo industrial. Así, por ejemplo, se emplearon casi 400.000 trabajadores creativos en los sectores donde entre el 55 y el 65% de la fuerza laboral estaba en una ocupación creativa. Alrededor de 50.000 trabajadores creativos fueron ocupados en las industrias donde entre el 85 y el 95% de la fuerza laboral estaba en funciones creativas. Por el contrario, se emplearon más de 300 mil trabajadores creativos en las industrias donde menos del 5% de la población activa trabajaba en una capacidad creativa.

¿Qué aprendemos de esto sobre la economía creativa en el Reino Unido?.

El primer hallazgo nos lleva a un territorio en disputa, a saber ¿cuán grandes son las industrias creativas del Reino Unido? Hemos abarcado grandes áreas para abor-





dar esta cuestión en nuestro trabajo, no para crear una herramienta de *lobby* para los defensores de las industrias creativas, sino porque creemos que la manera poco científica en la que este problema se presenta a menudo ha contaminado el debate. Ha bajado el estatus de las industrias creativas como fuerza económica a los ojos de los políticos convencionales, como los economistas del Tesoro de Estado. Si sumamos el total de las columnas en las cifras, para estimar el número total de trabajadores creativos que trabajan en la economía del Reino Unido, y luego añadir los empleados en las industrias creativas en tareas no creativas, vemos que la economía creativa en el Reino Unido es grande, que emplea alrededor de 2,5 millones de trabajadores (8,7% de la fuerza laboral en general), y además es de rápido crecimiento: en el lapso 2004-2010 creció a cuatro veces la tasa de la población activa en su totalidad.

Un segundo resultado clave es la confirmación de que el uso de talento creativo es lo que realmente distingue a las industrias creativas de otras industrias. Y, en particular, que todas las industrias creativas comparten la característica común de especializarse en el trabajo creativo, con un 40%, 50%, 60% o más de su fuerza de trabajo empleada en ocupaciones creativas.

En tercer lugar, que a pesar del uso extraordinariamente especializado de talento creativo, la mayoría de los trabajadores creativos en el Reino Unido trabajan en realidad fuera de las industrias creativas como tal, en el campo general de la economía creativa (resultado de Peter Higgs, Stuart Cunningham y yo, que fue inicialmente señalado en *Beyond the Creative Industries* en 2008).

Y por último, pero no menos importante, que las industrias creativas cuentan entre ellas con una serie de sectores digitales sumamente significativos, que muestran una variedad de modelos de negocio –no sólo propiedad intelectual–, sino también publicidad, modelos de suscripción y una gama de modelos de precios innovadores, incluyendo *freemium*. De hecho, y como subraya Alan, nos encontramos con que la integridad misma de las industrias creativas, como industrias grupales coherentes, es desafiada si descuidamos el trabajo esencial de software y trabajadores relacionados con las TIC (tecnologías de la información

“Hemos abarcado grandes áreas para abordar esta cuestión en nuestro trabajo, no para crear una herramienta de *lobby* para los defensores de las industrias creativas, sino porque creemos que la manera poco científica en la que este problema se presenta a menudo ha contaminado el debate”.

y comunicación), de nuestro análisis de intensidad creativa. Ello, puesto que las industrias que damos por sentado como “gotas” creativas del grupo, muchas veces aparecen al mismo nivel de creatividad de otras, que generalmente no tomamos en cuenta como creativas en su nivel de intensidad.

En el Reino Unido, el DCMS adoptó nuestra metodología para el propósito de producir sus “Estimaciones Anuales sobre la Economía de las Industrias Creativas”, e instamos a nuestros colegas en Europa con una opinión experta sobre este tema para responder a esta consulta. Sin embargo, las implicaciones de nuestro análisis para los responsables de políticas públicas, de hecho, son mucho más profundas que esto. En un nuevo informe *A Manifesto for the Creative Economy* que NESTA lanzó en Londres a principios de esta semana, el profesor Ian Hargreaves, Juan Mateos-García y yo proponemos una nueva definición de las industrias creativas, que en nuestra mente colectiva surge del análisis del mapeo dinámico, es decir:

Las industrias creativas son: “esos sectores que se especializan en el uso de talento creativo con fines comerciales”, y una definición aliada de la economía creativa como “aquellas actividades económicas que implican el uso de talento creativo con fines comerciales”.

En el manifiesto, además de mostrar que el 8,7% de la fuerza de trabajo que es economía creativa del Reino Unido contribuye al menos 9,7% del Valor Añadido Bruto, se propone un nuevo marco para la política basado en estas definiciones (lo que llamamos, tomando prestado de la obra de eruditos como Stuart Cunningham y otros en el Centro de Excelencia en Industrias Creativas y la Innovación de la Universidad de Tecnología de Queensland, un “sistema de innovación creativa”). Hacemos diez recomendaciones de sistema para el cambio de políticas en áreas tan amplias como el acceso al financiamiento e investigación y desarrollo, a través de los derechos de autor, la regulación y la educación y artes que, en nuestra opinión, ayudarían a sostener el éxito futuro de la economía creativa en el Reino Unido. Sugerimos que muchas de nuestras recomendaciones tienen sentido para Europa, sobre todo porque en áreas como la regulación y la política de derechos de autor se determinan al nivel de la Unión Europea. Esperamos poder debatir nuestras nuevas definiciones, nuestra metodología de medición y nuestra agenda política de la economía creativa con colegas en Europa y otros países, y estamos dispuestos a entrar en contacto con otras realidades que también sientan fuertemente que se necesita una actualización de la directiva en esta importante área. ■

