

09 y 10 de Diciembre del 2020

El papel de la Comunicación y la Industria Creativa en la Transformación de la Economía y Sociedad Digital

Paulo Faustino, MSc, Ph.D. PosDoc.

- Professor de lo Departamento de Comunicación & Periodismo de la FLUP / Universidad do Porto
- Membro da Comissão Permanente do Conselho de Opinião da RTP (Operador Público de Radio de Televisão de Portugal).
- Co-Director of The Journal of Creative Industries and Cultural Studies – JOCIS
- Senior Fellow de lo Columbia Institute for Tele-Information (CITI) – Columbia University
- Ex -Presidente de la International Media Management Academic Association – IMMMAA.



ESTRATÉGIAS,
ECONOMIA E
ADMINISTRAÇÃO
DE EMPRESAS DE
**MÍDIA E
CRIATIVAS**

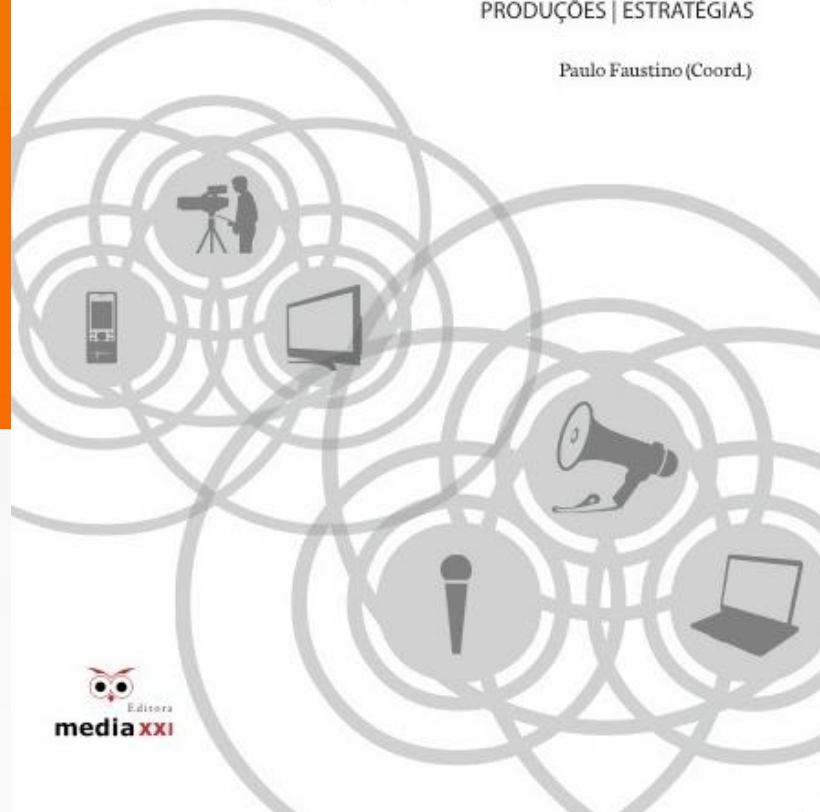
Editores: Paulo Faustino e Sónia Virgínia Moreira



**INDÚSTRIAS
CRIATIVAS,
MEDIA E
CLUSTERS**

POLÍTICAS | DESENVOLVIMENTO | MERCADO REGIÕES |
PRODUÇÕES | ESTRATÉGIAS

Paulo Faustino (Coord.)



JICIS

**JOURNAL
OF CREATIVE INDUSTRIES
AND CULTURAL STUDIES**

Editorial Directors:
Terry Flew and Paulo Faustino

Vol. 6 July - December 2020 | 15€



Contextualización

Los bienes culturales y la creatividad humana son recursos inagotables con valor cultural y económico disponibles en todos los países.

Ideas, conocimiento e información son generados por la creatividad.

Fuerte relación entre industria creative e los médios: la creatividad debe ser comunicada, la cultura divulgada e vinculada con la renovada importancia de los médios como industria creativa.

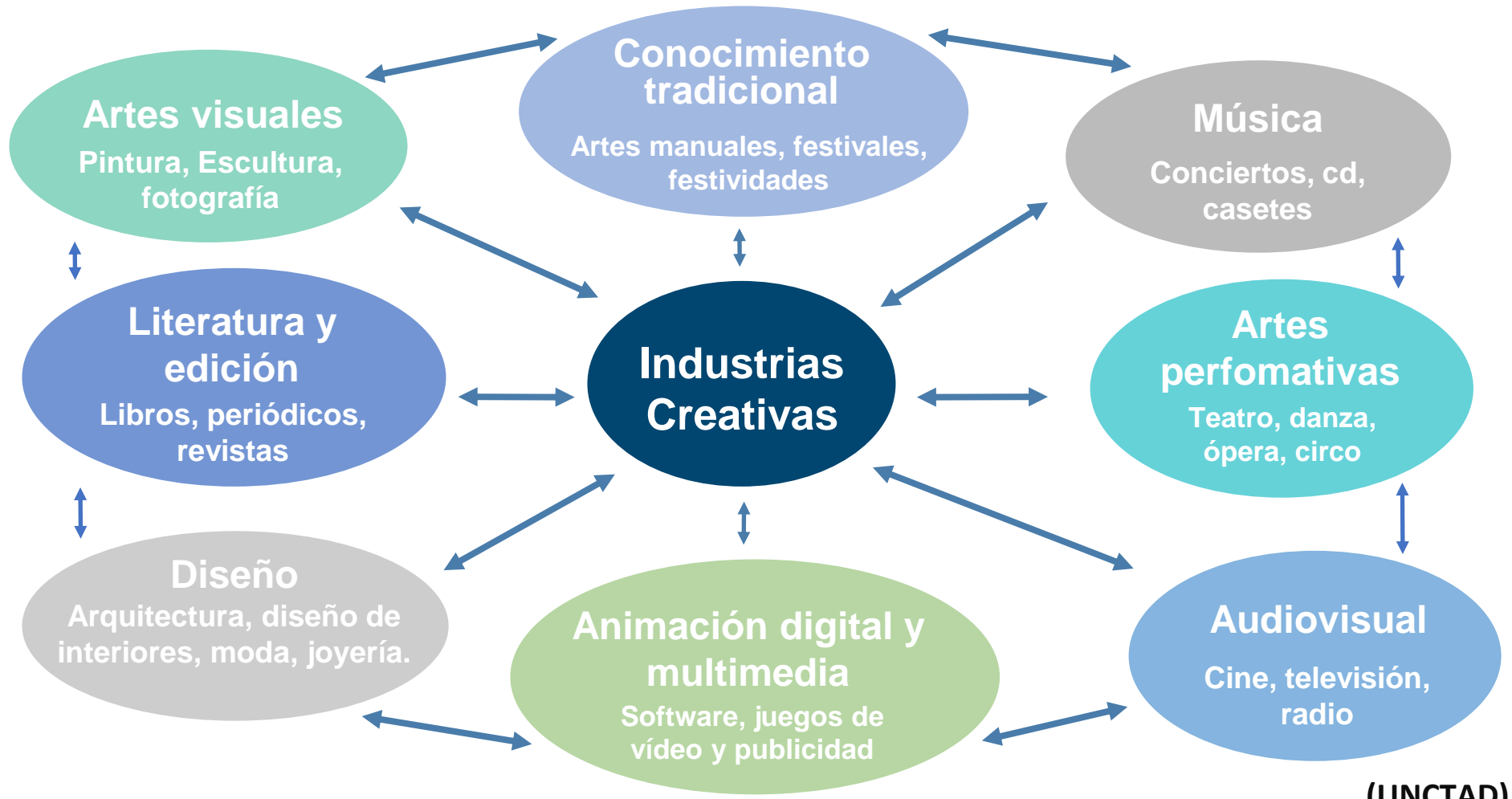
La globalización ha redefinido los estándares mundiales del consumo de cultura en un mundo dominado por imágenes, sonidos, textos y símbolos; la importancia del contenido.

La conectividad influyó en el estilo de vida de la sociedad y en la forma en que se crea, reproduce y comercializa la producción cultural.

Estamos avanzando hacia un enfoque cada vez más holístico en el desarrollo de interfaces entre la economía, la cultura y la tecnología.

Las Industrias Creativas

- Música grabada y en directo;
 - Entretenimiento y artes escénicas;
 - Radiodifusión, televisión e Internet;
 - Artes visuales y antigüedades;
 - Escritura y edición.
- Creative Nation Report, 1994 (Australiano)
 - Creative Industries Mapping Report, 1997 (DCMS, Reino Unido)
 - Los Tres T's – R. Florida
Talento, Tolerancia, Tecnologías (Reino Unido)
 - Concepto político a academia, empleo, sociedad
 - Espíritu empresarial
Valor simbólico y económico




(UNCTAD)

Potencial de las economías creativas y desarrollo

- Vínculos económicos y **externalidades**
- Perspectivas de crecimiento y **flujos comerciales**
- Suministro y ciclo de **cadena de valor**
- Naturaleza **transversal** de las industrias creativas
- Productos tangibles y **servicios intangibles**
- Sectores formales e **informales**
- Medición del **contenido creativo** y **nuevo valor de la comunicación**
- Lidiar con la **conectividad** y multimedia

Políticas orientacionales

- Suministro de infraestructuras
 - Suministro de financiación e inversión
 - Creación de mecanismos institucionales
 - Desarrollo de mercados de exportación
 - Protección de los derechos del creador
 - Creación de *clusters* creativos
 - Herramientas efectivas para la recogida de datos
- 



El desafío educacional

- Sobreoferta de talento creativo y contenido
- Modelo de sistemas = construyendo una cultura creativa
- Desde 'contenido es rey' hasta 'contexto es rey'
- Valor relacional de productos culturales – conectando los artistas al público
- Nuevas formas de marketing

Los tiempos están cambiando 1

- **La nueva economía:**

- Disminución de la fabricación
- Reorientación de la juventud, la identidad y la cultura
- Economía del conocimiento
- Creative class

- **Globalización**

- Competiciones nacionales/regionales
- Cluster (concentración de empresas)
- Inversión extranjera directa
- Innovación



Los tiempos están cambiando 2

- Cambios culturales (Ver despues: cambios en las CCI)
 - 'Marketización' de la cultura
 - Crecimiento masivo del consumo
 - Cambio en las normas de consumo
 - Redefinición de las divisiones de alto/bajo; cultura/no cultura
 - El gobierno
 - Neo-liberal/ pequeño gobierno
 - Regulación y no inversión
 - Reducción de costos
 - Sobre todo en las artes y en la cultura



Políticas Públicas por los “viejos tiempos”

- Protección de la idea de ‘buena vida’
 - Análisis racional
 - Deficiencia de mercado: bienes públicos, economía del bien-estar, Enfermedad de costo de Baumol
 - Elitismo cultural: corrupción de la cultura por los mercados/masas
 - Gobernación: cohesión cultural
 - Resultado
 - Presupuesto estatal (sujeto a variaciones, incertidumbres y cortes)
 - Selección idiosincrática de lo que es la cultura (élite)
 - Separación de la cultura comercial (por definición)
 - Conservación/ sin dinamismo/ mirar hacia atrás

Políticas de las industrias creativas

- Descentralización: naciones y regiones
 - Papel histórico de las autoridades urbanas en las CCI
- Conceptos
 - Tensiones: Culturales/creativas; Comerciales/No-comerciales; Formal/Informal; Producción/Consumo
 - Ampliación y profundidad
- “Mapeo”
 - ‘Principios basados en las evidencias’, evaluación
 - Medidas de salida
 - (¿Que necesitamos?) Instituciones y organizaciones: Capacidad, sustentabilidad, apropiación

Políticas de las industrias creativas

- Inversión
- Fuentes: Departamentos, Regiones, Autoridades locales
- Capital y fondo de ingresos:
 - Entrenamiento
 - Gobierno
 - Consejo de las artes
 - Museos y bibliotecas
 - Operadores públicos de radiotelevisión
 - Agencias de Desarrollo regional/ Regeneración
 - Tensiones de la política instrumental v. dedicada



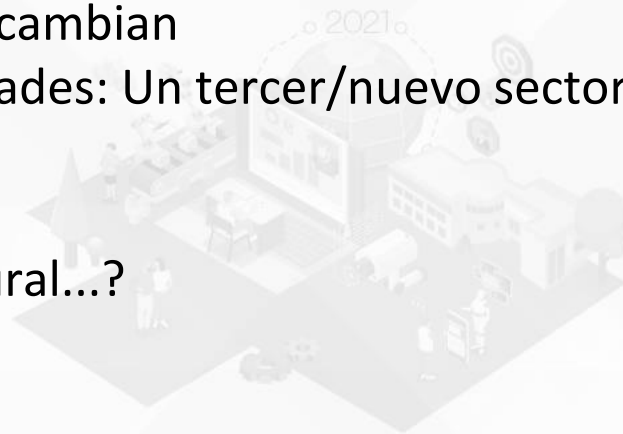
Políticas de las industrias creativas

- Orientación estratégica: Educación, Programa de economía creativa
 - Asociaciones comerciales e sectoriales
 - Agencia de promoción de comercio e economía no exterior
- Regulación
 - Contenido
 - ERC e Anacom
 - Negocios
 - Autoridad de competencia



Políticas para los ‘Nuevos tiempos’ 1

- Límites comerciales vs no-comerciales: Como son gobernados; Nuevas habilidades e agencias: construcción de instituciones; Las industrias convergen y cambian
- Las agencias estatales carecen de habilidades: Un tercer/nuevo sector?
- Financiación/ Justificación del apoyo:
 - Antes: deficiencias de mercado
 - Ahora: Exportaciones, IPR, valor cultural...?
- Empleabilidad
 - Trabajo precario y freelancer
 - Bien-estar social



Políticas Públicas para los ‘Nuevos tiempos’ 2

- Falta de comprensión de la industria
 - Institucional, regulación, gobernación
 - Confianza en los principios generales
- Papel del conocimiento social colectivo
 - Reputación
 - Aprendizaje y innovación
 - Excelencia
 - Mercados/Audiencias/Desarrollo del consumidor



Conclusiones

- La Industria Creativa e Cultural corresponde a um desafio de la sociedad y se basa en individuos con competencias artísticas creativas, aliadas a gestores y tecnologías, y valoriza lo patrimonio material e imaterial.
- La industria creativa y cultural hacen productos comercializables, cuyo valor económico reside en sus propiedades culturales o simbólicas.
- El valor económico y simbólico de los de la cultura y el patrimonio no son necesariamente incompatibles.

¡MUCHAS GRACIAS!

