

#NOUSERVEF

OBRIM PER OBRES, VOLEM CONSTRUIR AMB TU EL SERVEF DEL FUTUR

ANÀLISI DE L'OCUPACIÓ I PROSPECTIVA DE LES NECESSITATS FORMATIVES ALS SECTORS CULTURALS I CREATIUS A LA COMUNITAT VALENCIANA

L'ECONOMIA TARONJA
10 de maig - Centre del Carme
Aula Capitular



GENERALITAT
VALENCIANA



*Informe desenvolupat en el marc dels recursos materials i humans de la unitat de
recerca ECONCULT de la Universitat de València.*

Redactors:

Pau Rausell (coord.)

Rafael Boix Doménech

Maria Caballero Pons,

Alberto García Guerra,

Angélica Gutiérrez,

Taiane Fernandes.

València, Desembre de 2017

Número Expediente: CNME17/1A3A/138.

Objeto: Subdirección General de Planificación y Coordinación.

Localidad/Centro: Valencia - Avda. Navarro Reverter, 2-8ª, CP 46004.

Tipo del contrato: Contrato Menor de servicios para el diagnóstico del empleo y
necesidades formativas del sector cultural y creativo CV.

Continguts

ANÀlisi DE L'OCUPACIÓ I DIAGNÒSI PROSPECTIVA DE LES NECESSITATS FORMATIVES DEL SECTOR CULTURALS I CREATIUS A LA COMUNITAT VALENCIANA	1
1. Introducció	1
La perspectiva de la política pública	2
Formació i sectors culturals i creatius.	5
La delimitació dels sectors culturals i creatius (SCC).....	6
2. La dinàmica econòmica i L'Ocupació en els Sectors Culturals i Creatius a la Comunitat Valenciana	1
L'actual situació dels SCC a la C.V.	1
Patrimoni, arxius i biblioteques.....	2
Ocupació al sector del Patrimoni, arxius i biblioteques	5
El sector de les Arts	6
Arts visuals.....	7
Arts escèniques	8
El sector de la Música.....	11
Ocupació al sectors de creació artística i d'espectacles.....	13
Indústries culturals i altres creacions funcionals	15
Sector editorial	15
Sector audiovisual	17
Altres creacions funcionals.....	18
Ocupació en les indústries culturals i altres sectors de creació funcional.....	19
3. Detecció sobre les necessitats de formació dels SCC	26
Introducció.....	26
Una aproximació a les competències genèriques per als SCC:	29
1. Competències en l'àmbit de les tècniques de gestió de les organitzacions	31
2. Competències en l'àmbit de la internacionalització	31
3. Competències relacionades amb l'àmbit de transformació digital.....	32
4. Competències en els processos de comunicació	35
5. Competències entre les relacions entre ciència art i cultura.	36
6. Competències en la generació i la gestió de la innovació	37
7. Competències en els nous espais de mediació	39

8. Competències en l'àmbit de la transdisciplinarietat.....	40
Detecció de necessitats de formació a partir de les especificitats i la cadena de valor dels SCC	41
El sector del patrimoni, arxius i biblioteques.....	41
El sectors de les Arts.....	42
Les indústries culturals i altres creacions funcionals	49
4. Consideracions finals.....	59
Referències	0

* RESUMS DE MATERIALS

1. RESUM DE TAULES

TAULA 1. CLASSIFICACIÓ DELS SECTORS CULTURALS I CREATIUS.	8
TAULA 2. INDICADORS SOBRE L'EVOLUCIÓ DEL SECTOR DEL PATRIMONI, ARXIVS I BIBLIOTEQUES (2008 - 2013)	4
TAULA 3. INDICADORS SOBRE L'EVOLUCIÓ DEL SECTOR DE LES ARTS VISUALS (2008 - 2013)	7
TAULA 4. INDICADORS SOBRE L'EVOLUCIÓ DE LES ARTS ESCÈNIQUES. MILERS D'EUROS	10
TAULA 5. INDICADORS SOBRE L'EVOLUCIÓ DEL SECTOR DEL LLIBRE (2008 - 2013)	15
TAULA 6. INDICADORS DEL SECTOR AUDIOVISUAL, MULTIMÈDIA I D'EDICIÓ DE VIDEOJOC	17
TAULA 7. COMPETÈNCIES DIGITALS	34
TAULA 8. COMPETÈNCIES GESTIÓ DE LA COMUNICACIÓ	36
TAULA 9. COMPETÈNCIES PER A LA GESTIÓ DE LA INNOVACIÓ	39
TAULA 10. POSICIONAMENT RESPECTE A LES NECESSITATS FORMATIVES GENERAL. MATERIALS DEL PROJECTE "FES CULTURA".	48
TAULA 11. NECESSITATS FORMATIVES GENERALS I TRANSVERSALS PER ALS SECTORS CULTURALS I CREATIUS.	63
TAULA 12. NECESSITAT FORMATIVES PER SECTORS	64

2. RESUM DE GRÀFIQUES

GRÀFIC 1. EVOLUCIÓ COMPARADA DEL PIB CULTURAL C.V. FRONT ESPANYA (2008 = 100)	1
GRÀFIC 2. APORTACIÓ DE LES ACTIVITATS CULTURALS AL PIB PER SECTORS EN LA C.V.	2
GRÀFIC 3. INTERÉS PER ASPECTES RELACIONATS AMB L'ART I EL PATRIMONI (2014-2015)	3
GRÀFIC 4. EVOLUCIÓ DELS OCUPATS TOTALS, DE RÈGIM GENERAL I AUTÒNOMS A LA C.V.	6
GRÀFIC 5. NOMBRE DE FUNCIONS DE TEATRE PER CCAA (2010 - 2016)	9
GRÀFIC 6. EVOLUCIÓ DE LA RECAPTACIÓ I ESPECTADORS DE TEATRE (2003 - 2016)	10
GRÀFIC 7. EVOLUCIÓ DEL VAB EN LA PRODUCCIÓ D'ESPECTACLES (2008 - 2013)	12
GRÀFIC 8. EVOLUCIÓ DEL NOMBRE D'OCUPATS AUTÒNOMS I EN RÈGIM GENERAL DE LA SS. SECTOR D'ACTIVITATS DE CREACIÓ, ARTÍSTIQUES I D'ESPECTACLES	15
GRÀFIC 9. EMPRESES DE PRODUCCIÓ CINEMATogràfica AMB ACTIVITAT (2012 - 2016)	18
GRÀFIC 10. OCUPATS TOTALS EN EL SECTOR DE LES INDÚSTRIES CULTURALS A LA C.V. (2007 - 2016)	21
GRÀFIC 11. OCUPATS TOTALS EN EL SECTOR DE LES CREACIONS FUNCIONALS	23
GRÀFIC 12. EVOLUCIÓ OCUPATS PER SECTORS CULTURAL I CREATIUS. 2007-2016	25
GRÀFIC 13. EVOLUCIÓ DE LA DESPESA DE LES CORPORACIONS LOCALS EN CULTURA (MILERS D'EUROS)	26
GRÀFIC 14. EVOLUCIÓ DE LA DESPESA PRIVADA EN SERVEIS CULTURALS I LLIBRES (MILERS D'EUROS)	27
GRÀFIC 15. RELACIÓ ENTRE L'EVOLUCIÓ DEL PIB REGIONAL I LA CREACIÓ D'OCUPACIÓ ALS SCC	60
GRÀFIC 16. ESTIMACIÓ DE LA CREACIÓ D'OCUPACIÓ ALS SCC 2017-2019	61

3. RESUM D'IL·LUSTRACIONS

IL·LUSTRACIÓ 1. MAPA CONCEPTUAL DE LES NOUS ESPAIS DE CAPACITATS PER ALS SECTORS CULTURALS I CREATIUS (SCC)	30
IL·LUSTRACIÓ 2. CADENA DE VALOR DE LES ARTS ESCÈNIQUES	43
IL·LUSTRACIÓ 3. CADENA DE VALOR DE LES ARTS VISUALS	45
IL·LUSTRACIÓ 4. CADENA DE VALOR DE LA MÚSICA	47
IL·LUSTRACIÓ 5. LA CADENA DE VALOR DEL SECTOR DEL LLIBRE	50
IL·LUSTRACIÓ 6. CADENA DE VALOR DEL SECTOR AUDIOVISUAL	52
IL·LUSTRACIÓ 7. CADENA DE VALOR DEL SECTOR DE VIDEOJOCs	54
IL·LUSTRACIÓ 8. CADENA DE VALOR DE L'ARQUITECTURA	55
IL·LUSTRACIÓ 9. CADENA DE VALOR DEL DISSENY	57

1. Introducció

El paper de la cultura en el desenvolupament econòmic i social és un element consolidat dintre de les agendes estratègiques governamentals, tant a nivell local, regional i nacional com internacional. En les últimes dècades, s'ha escrit molt sobre l'efecte de la cultura i la creativitat en el desenvolupament dels territoris i dels ecosistemes productius. Abans de la crisi, algunes veus entusiastes predeien que la cultura i la creativitat es convertirien ràpidament en els nous impulsors del creixement econòmic en l'era post-industrial.

Els territoris emergents, com Brasil i Xina, han transformat significativament la visió del camp cultural i creatiu en processos de desenvolupament a gran escala. El 2010, el govern de la Xina va decidir promoure les indústries culturals com un sector econòmic clau en el seu 12è pla estratègic de cinc anys, oferint abundants oportunitats per a la indústria (Jianfei, 2011). Tot i aquest fort i estratègic mostreig de suport, les dades indiquen que el pes de la indústria cultural representava, el 2015, no més del 3,5% del PIB del país, un nombre apreciable que, tanmateix, encara està lluny de convertir-se en el motor del post- model de creixement industrial. Les afirmacions fetes en *How Creativity Is Changing China* (Wuvei, 2011) són, almenys de moment, més desitjos que una realitat.

Tot i que és cert que els Sectors Cultural i Creatius (SCC) han demostrat una major capacitat de recuperació que la totalitat de l'activitat econòmica, la profunditat de la crisi financera de 2008 i les conseqüents polítiques de consolidació fiscal van assolir amb força, reduint la mida i l'impuls d'aquests sectors.

Tot i que les expectatives inicials no s'han realitzat, hi ha una evidència creixent que la mida dels nostres sectors culturals i creatius influeix en la capacitat de generar creixement a les regions (Marco-Serrano & Rausell-Köster, 2014), provoquen increments significatius en la productivitat del sistema econòmic (Boix-Doménech & Soler i Marco, 2014), constitueixen una de les vies més ràpides per superar la crisi (Rausell Köster, 2013) i defineixen un dels vectors més plausibles de l'especialització europea en un marc de competitivitat global (Rausell-Köster & Abeledo-Sanchís, 2016).

Ara és el moment d'admetre que les relacions entre l'ecosistema cultural i el model econòmic són molt més sofisticades del que es pensava anteriorment i que estan connectades de manera que van més enllà dels intercanvis del mercat. Resumint les principals interaccions, tenim:

- Les activitats culturals i creatives i la densitat patrimonial milloren l'atractiu dels territoris (Rausell-Köster et al., 2012): la cultura i la creativitat atrauen l'atenció i determinen el flux de persones (més enllà del turisme), capital i idees (Florida, Mellander, & Stolarick, 2008);

- Un enfocament poc estudiat a la literatura és el paper de la demanda. El nombre de persones ocupades en el sector cultural i creatiu determina el poder d'una demanda solvent molt propensa a la innovació i, per tant, esdevé un promotor d'innovació social i política. Això no només es deu a un efecte de renda, ja que la "classe creativa" també es manifesta a través d'un estil de vida particular que implica consumir productes i serveis més innovadors i contingut creatiu;
- Les accions i esdeveniments culturals generen espais que faciliten la *serendipity* i la fertilització creuada, donant lloc a nous projectes, que generen innovació i que destaquen el valor dels espais públics com a espais d'interacció social;
- El capital humà descrit en les teories tradicionals de creixement interactua amb el capital cultural a diferents nivells (Sacco & Crociata, 2013), generant un efecte multiplicador que millor s'explica pels models de creixement. El capital cultural acumulat en una comunitat és un factor rellevant per al creixement;
- El sector cultural i creatiu, definits per una tendència a treballar per projectes, una feble estandardització dels processos productius, baixes barreres d'entrada i diverses relacions de treball, s'estructura de manera molt més flexible que la majoria de les activitats econòmiques. Aquestes característiques poden tenir un efecte amortidor sobre les variacions i les tensions en l'economia i, en conseqüència, aquelles regions que tenen un sector cultural i creatiu més gran mostren majors nivells de resistència i resiliència als xocs en l'oferta o en la demanda;
- Finalment, tal com afirma J. Potts (Potts, 2011), els sectors cultural i creatiu són els fonaments de la innovació per a tot el sistema socioeconòmic.

La perspectiva de la política pública

Com hem vist, el marc complex de relacions causals entre el desenvolupament regional i les activitats culturals i creatives està relacionat amb factors de demanda i oferta, depèn de dinàmiques exògenes i endògenes, afecta les dimensions estructural i sistèmica situacional, a curt i llarg termini, a través de processos macro, meso i micro i està vinculat tant a dinàmiques globals com a processos relacionats amb les característiques específiques dels territoris.

Aquesta connexió complexa requereix una atenció especial, perquè si podem comprendre les relacions causa-efecte i avaluar la seva magnitud, podrem transformar una realitat que pugui tenir una influència significativa en les condicions de vida i el benestar de milions d'europes.

La complexitat de la relació entre cultura i desenvolupament requereix que les polítiques culturals es formulen utilitzant un enfocament integral que combine la formació, la innovació, la comunicació, l'educació i les polítiques industrials i urbanes.

En un escenari de competitivitat global, Europa no té moltes més opcions d'especialització. Ja el document " *Unlocking the potential of cultural and creative industries* " publicat per la Comissió Europea va declarar fa alguns anys (COM, 2010):

"Per a Europa i altres parts del món, el ràpid desenvolupament de les noves tecnologies i l'augment de la globalització han suposat un sorprenent pas de la fabricació tradicional cap als serveis i la innovació. Les plantes de fàbrica estan sent substituïdes progressivament per comunitats creatives, la matèria primera és la seva capacitat d'imaginar, crear i innovar. En aquesta nova economia digital, el valor immaterial determina cada vegada més el valor material, ja que els consumidors busquen noves i enriquides "experiències". La capacitat de crear experiències socials i creació de xarxes és ara un factor de competitivitat".

Cal considerar, que fins a aquests moments i més enllà del nivell declaratiu el creixement econòmic de la UE no té massa en compte les oportunitats i el potencial de les indústries creatives i culturals (Cooke & De Propriis, 2011). No obstant això, si Europa vol mantenir-se competitiva en un entorn global canviant, ha de crear les condicions adequades perquè la creativitat i la innovació floreixin dins d'una nova cultura emprenedora, però també dins d'un nou marc polític.

Si la cultura és un motor per al canvi, les polítiques orientades cap als sectors cultural i creatius es converteixen en l'eina estratègica per a l'enginyeria d'aquesta transformació. Aquesta eina requereix dosis elevades de racionalitat instrumental, coneixement, informació de qualitat i recerca. No obstant això, si parlem de la gestió de les emocions, sentiments, sentits i significats, també necessitem intel·ligència emocional, intuïció, bellesa i autenticitat.

Aquest és el moment en què la pràctica política necessita adaptar-se a la lògica dels agents econòmics que participen en l'ecosistema cultural i creatiu. Des de la perspectiva de la acció pública, i amb la voluntat de maximitzar el potencial de les indústries creatives com a vector de desenvolupament econòmic, es tracta de crear un entorn on puguin prosperar.

Una de les claus per a crear un entorn favorable al desenvolupament de projectes culturals amb intencionalitat econòmica, cultural, o social és assegurar que hi ha persones dotades amb els coneixements, habilitats i capacitats necessàries per a gestionar recursos, processos i resultats en les interaccions entre el camp cultural i creatiu, el marc econòmic i les seues dimensions socials.

En un entorn canviant, les capacitats i habilitats dels treballadors en els sectors culturals i creatius van molt més enllà de l'enfoc tradicional que s'orienta cap a la formació més o menys reglada en aquelles dimensions més relacionades amb les tècniques i les capacitats de materialitzar processos de creació.

Estem en un moment de creixent complexitat, en que tant la globalització com la transformació tecnològica causada per la digitalització i l'existència d'internet, està impulsant als treballadors culturals a adquirir noves capacitats. A més, s'ha constatat que els processos creatius són moltes vegades processos col·lectius i socials, el que requereix una ampliació profunda de les capacitats i habilitats necessàries per al seu desenvolupament. En aquest sentit, la formació al llarg de la vida esdevé un factor essencial.

Segons la comunicació de la Comissió Europea “*Promoure els sectors de la cultura i la creació per al creixement i l'ocupació a la UE*”, (COMISIÓ EUROPEA, 2012) es convida als Estats membres, en tots els nivells territorials i amb la participació, si escau, de totes les parts interessades públiques i privades pertinents, a:

- Avaluar plenament el potencial dels SCC per a un creixement intel·ligent, integrador i sostenible, i integrar-los en les seves estratègies de desenvolupament a tots els nivells, en particular en el context d'unes estratègies d'especialització intel·ligent;
- Reforçar la cooperació entre els SCC i altres sectors, com les TIC, el turisme, etc., entre altres coses mitjançant iniciatives conjuntes per fomentar l'entesa entre sectors i contribuir al desenvolupament d'una mentalitat més oberta, innovadora i emprenedora en l'economia; Fomentar les associacions estructurades entre els SCC, els interlocutors socials i tots els tipus de proveïdors d'educació i formació, inclòs l'aprenentatge professional;
- Promoure el reconeixement de les qualificacions de l'educació i la formació informal i no formal en els àmbits pertinents per als SCC;

A mesura que els sectors culturals i creatius evolucionen i canvien, també ho fan les habilitats requerides de les persones actives en el sector. Les necessitats educatives i de

formació creades per aquests canvis, només poden ser satisfetes per la reacció d'aquells agents (sistema educatiu, agents públic, serveis de formació per a la empleabilitat) que reconguin el canvi en les demandes de l'activitat.

Formació i sectors culturals i creatius.

El ritme de la innovació, la naturalesa canviant del sector, així com la importància de la cultura a l'economia europea, signifiquen cada vegada més que les activitats d'empresaris, emprenedors, creadors, mediadors, activistes socials i agents culturals necessiten reforçar les seves capacitats creatives, que clarament es poden desenvolupar amb noves metodologies.

L'informe McKinsey 2014 (Mourshed, Suder, & Patel, 2014) sobre el desenvolupament de competències a nivell europeu va concloure que els demandants de treball:

“Tenen una llista d'habilitats que volen i necessiten; en un grau significatiu, aquesta llista és consistent en totes les indústries. Concretament, els empresaris estan disposats a contractar persones amb coneixements professionals generals, com ara la resolució de problemes. També busquen qualitats com l'ètica de bones pràctiques, juntament amb habilitats "suau" com el treball en equip i les habilitats interpersonals -els treballadors de tot el país i tots els sectors creuen consistentment que gairebé no hi ha suficients joves que mostrin competències bàsiques en aquestes àrees.” (pàgina 47).

Les indústries creatives freqüentment requereixen una combinació de coneixements altament especialitzats combinats amb habilitats genèriques transferibles.

Així en conseqüència, cal fer-se les preguntes: Les habilitats que es requereixen en el sector creatiu són les mateixes que es requereixen a tots els sectors? Com s'adquireixen millor aquestes habilitats? Quins són els diferents graus i models d'aprenentatge presents en els sectors d'habilitats creatives, i quins són els seus avantatges i desavantatges? Què podem aprendre de la manera com les persones adquireixen habilitats en els sectors creatius que poden ser rellevants per a la formació d'habilitats en general? Hi ha mecanismes fiables per avaluar si algú té habilitats creatives o les està desenvolupant? Quins models de formació i educació dins dels processos de formació al llarg de la vida són particularment efectius en aquest camp i quins exemples podem aprendre?

En aquest treball tractarem de derivar, a partir d'algunes tendències en la dinàmica dels mercats de treballs que afecten al ecosistema del SCC, algunes de les competències i habilitats requerides, així com de les potencials demandes de formació tant en termes de contingut com de metodologies i formats. Cal destacar, però, que comprendre les necessitats de formació d'aquesta àmplia gamma d'indústries és complexa i requereix

investigació adaptada a les realitats dels territoris, amb una profunditat que va molt més enllà dels objectius i l'escala del present treball.

La delimitació dels sectors culturals i creatius (SCC)

El debat sobre la conceptualització i delimitació sectorial de les activitats culturals i creatives encara pivota sobre diferents eixos, com la relació entre les activitats culturals i les relacions de mercat o la inclusió de nous sectors tecnològics dintre de les activitats creatives.

En el present informe utilitzarem el terme “Sectors Cultural i Creatius”, que inclou tant les activitats culturals, es a dir activitats que produeixen bens o serveis que incorporen expressions culturals amb independència del valor comercial, com les indústries creatives. Aquestes últimes, fan referencia als sectors que utilitzen la cultural com a bé material i tenen un objectiu funcional (COM, 2010).

L'estudi analitzarà l'ocupació derivada d'ambdós sectors amb l'objectiu d'incloure totes les activitats vinculades a l'acompliment de la creativitat en la seua praxis quotidiana.

Des de principis del segle XXI, s'han realitzat nombrosos esforços per aportar dades quantitatives que delimiten la dimensió econòmica dels SCC. Un estudi de 2014, realitzat per la consultora internacional EY, mostra com les indústries culturals i creatives a Europa representen el segon mercat més gran del món, amb uns ingressos de 709.000 milions de USD anuals, representant el 3% del PIB regional i 7,7 milions de llocs de treball (Lhermitte et al., 2015).

No obstant el pes econòmic dels SCC, no existeix un consens sobre la delimitació dels sectors que componen el conjunt d'activitats cultural i indústries creatives. Fins l'actualitat, es poden identificar 5 aproximacions a la classificació d'activitats culturals i creatives (Rausell-Köster et al., 2012):

- a) El model proposat per la *World Intellectual Property Organization* (WIPO), basat en els drets de propietat intel·lectual;
- b) El model de les indústries culturals, aplicat principalment a França, a partir de la conceptualització de la recerca social en cultura;
- c) El model del *DCMS*¹ o de les “Indústries Creatives”, que proposa un model basat en les activitats econòmiques amb inputs creatius i outputs de propietat intel·lectual;
- d) El model italià “White Paper on Creativity”, resultat de l'encreuament entre sectors (cultura material, indústria de continguts i patrimoni) i activitats de la

¹ Model proposat pel *UK Government's Department for Culture, Media and Sport* (DCMS).

cadena de valor de la creativitat (concepció, producció i màrqueting) (Santagata, 2009);

e) I finalment, el model plantejat per la *UNCTAD* on es planteja quatre grups d'activitats (patrimoni, arts, mitjans de comunicació i creacions funcionals) sobre les que s'articulen les activitats culturals i creatives.

Seguint la definició de la *UNCTAD* (UNCTAD, 2010), les indústries culturals i creatives es defineixen com aquelles que: “(a) són cicles de creació, producció i distribució de béns i serveis que utilitzen com inputs primaris la creativitat i el capital intel·lectual; (b) constitueixen un conjunt d'activitats basades en el coneixement, centrades, però no limitades a les arts, que generen potencialment ingressos a través del comerç i els drets d'autor; (c) estan constituïdes per productes tangibles i serveis intel·lectuals o artístics intangibles amb contingut creatiu, valor econòmic i objectius de mercat; (d) es troben en la intersecció entre l'artesà, els serveis i els sectors industrials, i (i) constitueixen un nou sector dinàmic en el comerç mundial”.

Dintre de la categorització dels SCC realitzada per la *UNCTAD*, es diferencia les “activitats cultural tradicionals”, com les arts escèniques o visuals pròpies de les indústries culturals, i les activitats d'execució que es donen en espais de mercat com els serveis publicitaris o editorials, vinculades a les indústries creatives.

La principal aportació que realitza aquesta aproximació es l'ampliació del concepte de creativitat, des d'activitats basades en un fort component artístic a qualsevol activitat econòmica que produeixi productes simbòlics. D'aquesta manera, s'inclouen, entre altres, la indústria del software, del videojoc o la publicitat que abans no estaven considerades com activitats creatives.

Seguint amb la proposta de la *UNCTAD*, es defineixen 4 categories dintre dels SCC: Patrimoni, Arts, Mitjans de Comunicació i Creacions Funcionals. Degut a l'heterogeneïtat dels SCC, aquesta divisió sectorial resulta útil per poder reflectir les característiques i necessitats específiques de cada activitat creativa. Altrament, la segmentació ens permet comptabilitzar les activitats culturals i creatives i l'ocupació derivada en les bases de dades nacionals, europees e internacionals, ajudant a la comparació.

Segons aquesta classificació, el patrimoni inclou totes les activitats vinculades a aspectes culturals històrics, antropològics, ètnics, estètics i socials, així com inclou els bens i serveis patrimonials. En segon lloc, la categoria integra les indústries basades en l'art visual (pintures, escultures, fotografia,...) i en l'art escènic (música en viu, teatre, ball,...). Seguidament, s'inclou els mitjans de comunicació, que produeixen continguts creatius amb el propòsit de comunicar a grans audiències, com editorials i premsa i mitjans audiovisuals. Darrerament, la categoria de creacions funcionals inclou totes les activitats orientades a la producció de bens i serveis amb propòsits funcionals com el disseny, l'arquitectura, recerca, publicitat, serveis de digitalització,...

Taula 1. Classificació dels Sectors Culturals i Creatius. Font: Elaboració pròpia.

CLASSIFICACIÓ DELS SECTORS CULTURALS I CREATIUS
Patrimoni
Expressions culturals (Artesanies, Festivals, Celebracions)
Llocs Culturals (Museus, Biblioteques, Exhibicions, Arqueologia)
Artes
Arts visuals (Pintura, Escultura, Fotografia i Antiguitats)
Artes Escèniques (Musica, Teatre, Dansa, Opera, Circ,...)
Mitjans de Comunicació
Editorials i mitjans impresos (Llibres, premsa i altres publicacions)
Mitjans Audiovisuals (Pel·lícules, TV, Radio i altres mitjans de difusió)
Serveis d'Informació i de Tecnologia de la Informacion
Creacions Funcionals
Disseny (d'interior, moda, joies, gràfics i joguines)
Nuevos Mitjans (Software, videojocs, contingut creatiu digital)
Serveis Creatius (Arquitectura, publicitat, serveis culturals, investigació i desenvolupament, digitalització).
Comerç Cultural
Educació relacionada amb la cultural

Amb l'objectiu d'adequar aquesta conceptualització a la realitat de la C.V. s'han incorporat 3 grups d'activitats a les 4 categories inicials ja que considerem que la proposta realitzada per la UNCTAD no incorpora les activitats educatives i les vinculades als serveis d'informació i de tecnologies de la informació, ni el comerç cultural. Aquestes activitats suposen un percentatge considerable de l'ocupació al sectors cultural de la C.V. i, més suposen nínxols d'ocupació importants.

En definitiva, en el present informe, analitzarem l'ocupació als SCC a la C. V. seguint la definició i classificació proposada per la UNCTAD (2010), conjuntament amb les nostres incorporacions, ja que considerem que és la classificació que millor incorpora tant les activitats culturals tradicionals com les noves activitats creatives vinculades a sectors emergents. A més, aquesta classificació ens permet certa comparació a nivell europeu e internacional.

2. La dinàmica econòmica i L'Ocupació en els Sectors Culturals i Creatius a la Comunitat Valenciana

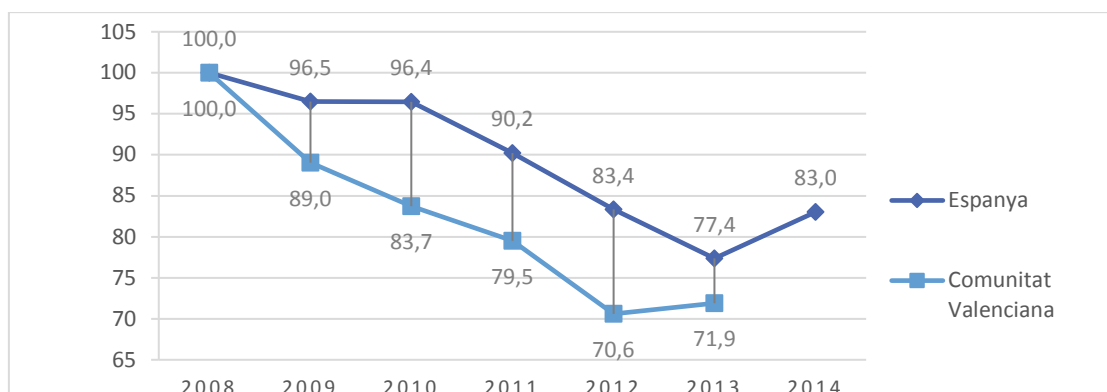
L'actual situació dels SCC a la C.V.

La crisi econòmica ha tingut uns efectes devastadors sobre el teixit cultural valencià, i en molta major mesura que a la resta d'Espanya. Aquest efecte diferencial ve explicat en part per una enorme reducció dels recursos destinats a la cultura, tant des del sector públic com des de la despesa privada, també per la concentració dels recursos en projectes especulatius en *aproximacions* ocurrencials i de resultats fallits i finalment per la manca de directrius i criteris clars que possibilitaren una aproximació integral, eficaç, eficient i justa de la política cultural.

Els càlculs més recents sobre l'aportació dels sectors culturals i creatius ens mostren l'efecte devastador de la crisi sobre la dimensió econòmica dels sectors culturals i creatius, provocant una davallada conjunta de quasi el 40% del seu valor econòmic. Especialment sagnat resulta en els subsectors de les arts visuals i en l'audiovisual i multimèdia, en aquest cas agreujat per la desaparició de la televisió pública a finals de 2013. En aquest sentit, la caiguda de la importància econòmica del sector cultural a la Comunitat Valenciana supera àmpliament el comportament a la resta d'Espanya, tot i que sembla que des de 2013 hi podem observar cert procés de convergència.

Com s'observa en el gràfic, l'evolució del PIB cultural, tant a nivell espanyol com de la CV, té una tendència negativa des de l'inici de la crisi. La CV ha vist enormement reduïda la producció de bens i serveis culturals arribant al seu punt més baix en 2012. Si més no, es veu una lleugera recuperació a partir del 2013 però sense arribar al nivells de 2008 i encara es massa prompte per poder afirmar una consolidació del creixement per als futurs exercicis.

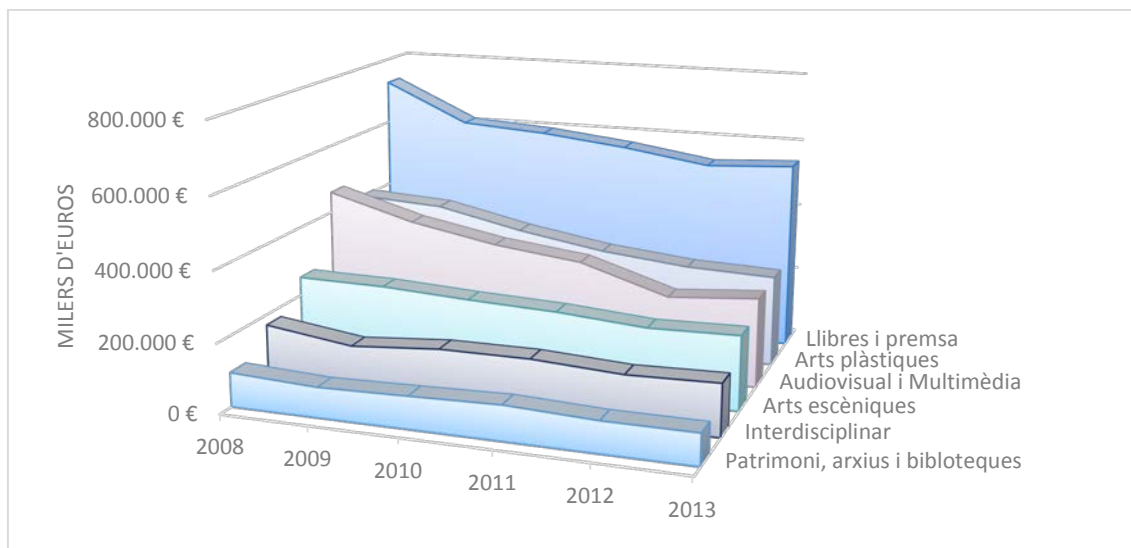
Gràfic 1. Evolució comparada del PIB cultural C.V. front Espanya (2008 = 100). Font: INE i elaboració pròpia.



Analitzant una aproximació sectorial dintre del territori de la C.V., observem com les indústries vinculades a l'edició de llibre i premsa són les que més pes tenen en termes d'aportació econòmica al PIB regional. Aquestes activitats estan seguides per la indústria

audiovisual, les arts visuals i les arts escèniques i totes mostren reaccions semblants a la crisi econòmica del 2008. La tendència general, com podem detectar al gràfic correspon a una reducció considerable de l'activitat econòmica des de 2008. L'únic sector que es demarca lleugerament d'aquesta tendència és el sector del patrimoni que va augmentar la seua aportació econòmica al PIB regional del 2008 al 2011.

Gràfic 2.: Aportació de les activitats culturals al PIB per sectors en la C.V. Font: Elaboració pròpia.



En últim lloc, per comprendre la dinàmica dels SCC a la C.V., s'ha d'incloure l'impacte de la distribució territorial en el seu desenvolupament. Els SCC es concentren als grans espais metropolitans (València, Alacant-Elx, Castelló). El 60% de l'oferta cultural pública, es concentra en eixos nuclis, donada la ubicació dels principals grans equipaments de titularitat o gestió autonòmica (Palau de les Arts, IVAM, S. Pius Vé, Castelló Cultural, Teatre Arniches, etc.). No hi ha dubte del fort lligam entre el funcionament dels sectors culturals i creatius i la densitat urbana, i en moltes de les activitats culturals i creatives es requereix cert llindar mínim per articular propostes sostenibles i que congreguen suficient atenció. Tot i així, des d'un punt de vista tècnic, el model valencià resulta extremadament concentrat i és perceptible també una forta voluntat política per territorialitzar la política cultural, fent que *no hi haja raons insalvables d'accés independentment de quin siga el lloc de residència de la gent*³.

1. Patrimoni, arxius i biblioteques

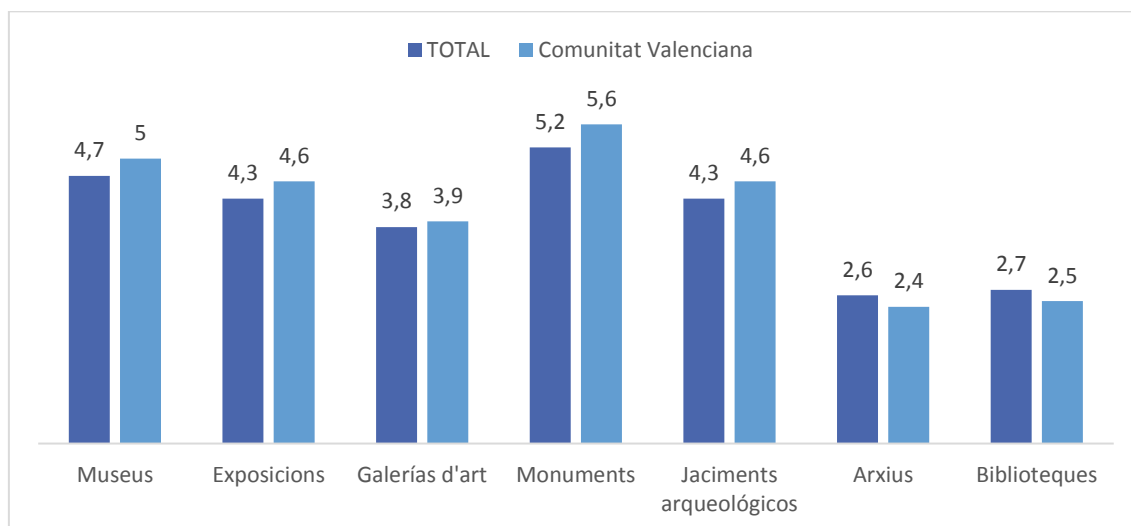
En una comparació sectorial de l'aportació de les activitats culturals al PIB, detectem con el sector del patrimoni és el sector amb un menor pes relatiu al marc de la C.V. Això contrasta amb un elevat l'interès per aquests elements entre la ciutadania valenciana, que es troba lleugerament per damunt de la mitjana espanyola⁴.

³ Declaracions del Conseller D. Vicent Marzà sobre els tres objectius de la política cultural valenciana.

⁴ En general, l'interès de la ciutadania valenciana pel patrimoni es més elevat que la mitja espanyola, exceptuant exceptuat el cas dels arxius i les biblioteques.

No obstant això, la crisi ha tingut un efecte en el comportament de la ciutadania valenciana respecte a la visita d'elements relacionats amb el patrimoni i els museus que ha estat diferencial respecte al conjunt d'Espanya. Com podem comprovar al següent gràfic, es passa d'una situació que mostra comportaments superiors a la mitjana espanyola a un altre escenari, en la darrera enquesta d'hàbits i consums culturals, en la que el comportament s'ubica per sota de la mitjana.

Gràfic 3. Interès per aspectes relacionats amb l'art i el patrimoni (2014-2015). Font: EHPC i elaboració pròpia.



Resulta aleshores evident que a la Comunitat Valenciana es manifesten algunes restriccions addicionals que han d'explicar un comportament pitjor. Per exemple, segons l'estudi realitzat per ECONCULT al 2016 en el cas dels museus una de les raons diferencials enfront d' Espanya per no anar-hi és la distribució territorial de la oferta. En l'enquesta realitzada per ECONCULT al 2016 en el marc del desenvolupament del Pla Estratègic de Cultura, una gran part dels enquestats responien com a principal motiu per no assistir a activitats relacionades amb l'art i el patrimoni el fet que *"Hi ha poca oferta a la meua zona"*.

Des del punt de vista de la dimensió econòmica el sector representa entre el 4 i el 5% del total espanyol, evidenciant-se clarament una baixa representació, en aquest cas no justificada, ja que la distribució d'aquests tipus d'equipaments, infraestructures i serveis culturals no hauria de mostrar signes excessius de concentració (com sí que passa a les activitats de les indústries culturals).

Taula 2. Indicadors sobre l'evolució del sector del Patrimoni, Arxius i Biblioteques (2008 - 2013). Font. Elaboració pròpia.

(MILERS D'EUROS)	2008	2009	2010	2011	2012	2013
VAB Sector Patrimoni, arxius i biblioteques	99.515	87.770	96.039	103.550	92.677	99.416
Proporcions VAB CV respecte a Espanya (Patrimoni, arxius i biblioteques)	4,9%	4,2%	4,6%	5,1%	4,7%	4,0%
Nom Índex Esp.2008=100. VAB	100	102,8	102,0	99,0	96,9	103,9
Nom Índex CV 2008=100. VAB	100	88,2	96,5	104,1	93,1	99,9

L'activitat pública del sector mostra unes variacions negatives del -7% anuals, així com mostra un fort descens les activitats educatives relacionades amb el sector (Conservació i Restauració, Biblioteconomia i Documentació...). Resulta evident que l'atenció prestada a cadascun dels elements relacionats amb el patrimoni, des del punt de vista pressupostari, ha estat comparativament molt feble, especialment durant el període de la crisi.

Respecte a la dotació d'infraestructures en aquest àmbit, la CV està comparativament ben dotada (el 13% del total dels museus d'Espanya) i, si ens fixem en el tipus de museus, estan menys presents els museus d'art contemporani (4% enfront de la mitjana espanyola del 9%), i existeix una major presència de museus arqueològics (25% CV, 12% Espanya), etnogràfics i antropològics (24% CV, 18% Espanya). Tot i així, la xifra de visitants per museu obert en 2014 (25.903) per a València es situa a prou distància de les obtingudes a la mitjana espanyola (40.766) o a Andalusia, Catalunya i Madrid (53.065, 91.461, 95.557, respectivament). El nombre de visitants en 2014 s'estimava en 4,8 milions de visitants al nostre territori.

Per altra banda, en relació a la situació de les biblioteques i arxius, els indicadors⁵ ens mostren uns valors clarament inferiors per al cas valencià enfront de la mitjana espanyola. Els únics indicadors que mostren uns nivells similars a la mitjana espanyola són aquells relatius a la dotació i al nivell tecnològic. Respecte a la situació dels arxius,

⁵ Com a indicadors hem analitzat el nombre de biblioteques per habitants o el percentatge d'usuaris inscrits per habitant, entre altres. Estan disponibles la pàgina web del Ministeri d'Educació, Cultura i Esport. Biblioteques públiques espanyoles en xifres (accessible en: <https://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/bibliotecas/novedades/Estadisticas-2015.html>)

ens remetent al diagnòstic i recomanacions de l'Informe sobre els Arxius Valencians elaborats pel *Consell Valencià de Cultura*.

Ocupació al sector del Patrimoni, arxius i biblioteques

Des de fa anys, la gestió del patrimoni, s'ha convertit en un sector recurrent en la literatura política i acadèmica que parla sobre els nous nínxols emergents d'ocupació. Ja en 1992, en la Tercera Conferència Europea dels Ministres responsables de la protecció del patrimoni s'apuntava cap a l'exploració de les connexions entre els aspectes socials de la preservació del patrimoni i les pròpies polítiques d'ocupació, per la qual cosa implícitament intuïen unes grans expectatives sobre la possibilitats de generar ocupació en l'àmbit de la gestió del patrimoni.

Com assenyala Enrique Hernández Pavón, l'esgotament de l'actual model de gestió del patrimoni té les seves limitacions més evidents en l'escassetat de recursos públics derivada de l'escenari de consolidació pressupostària. Per això, és necessària l'obtenció de recursos derivats de la posada al mercat de productes patrimonials. Aquesta estratègia significa una major activació de la demanda interna d'aquests productes i l'enfortiment de la demanda externa, diversificant nous segments, a més de la tradicional demanda del turisme cultural. Perquè aquesta estratègia aprofiti la potencialitat del mercat per als recursos patrimonials, és convenient que la posada en valor d'aquests recursos es vinculi a altres activitats culturals, de manera que constitueixin paquets d'emocions i coneixements associats a un lloc o a un territori.

Per altra banda, en l'àmbit del patrimoni, com en molts àmbits de la cultura, ens enfrontem amb la dificultat de com determinar el nombre de persones treballadores. Aquest problema radica en les diferents aproximacions sectorials que es dona al sector del patrimoni, la no existència d'un consens definitiu sobre la definició del camp i la difusa concreció sobre les activitats econòmiques que es deriven de l'existència del patrimoni. Per tot això, resulta necessari establir una sèrie de criteris envelopants que permetin dibuixar una sèrie d'escenaris que van de menys a més.

Des del punt de vista de la disponibilitat de les estadístiques, la Classificació Nacional d'Activitats Econòmiques (CNAE), ens dóna una aproximació bastant ajustada d'allò que podríem denominar el nucli indiscutible d'aquelles professions que tenen a veure amb el patrimoni. D'aquesta manera, les activitats econòmiques vinculades al patrimoni agrupen a les activitats que es donen en biblioteques, arxius i museus. A més, també inclou altres activitats culturals com gestió d'edificis històrics i activitats en jardins botànics, parcs zoològics i reserves naturals.

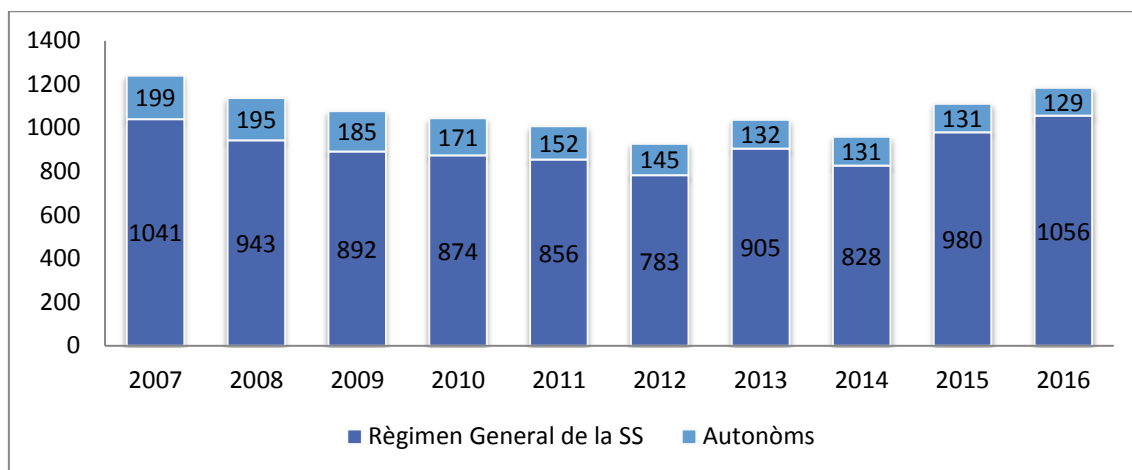
En aquest sentit, podem assenyalar que existeixen tres grans cercles d'ocupacions lligades al patrimoni. El primer ho situa en les ocupacions vinculades als serveis d'acolliment en els elements patrimonials: monuments i patrimoni, (Grefe, 2003). El segon nivell d'ocupació ho situa en aquells treballs de conservació i restauració no comptabilitzats en el nivell anterior, és a dir, que no estan vinculats permanentment a un determinat emplaçament patrimonial. El següent nivell correspon a aquelles

ocupacions derivades de l'existència del patrimoni com a mecanisme generador de fluxos turístics o com a intermediaris entre l'oferta patrimonial i la demanda, i finalment aquells vinculats a altres activitats no culturals.

Pel que fa al total d'empreses, aquestes han vist disminuir el seu número des del començament de la crisi, passant d'un total de 124 empreses el 2007 a 94 en 2016. La facturació per la seva part no ha seguit una evolució clara, creixent fins a l'any 2011 per després disminuir fortament el 2012 i 2013, tenint una recuperació a partir d'aquest any, però sense recuperar els nivells previs a la crisi.

D'altra banda, l'ocupació total va veure disminuir el seu nombre entre 2007 i 2012, per després seguir una tendència creixent i gairebé aconseguir el 2016 el nombre d'ocupats previs. No obstant això, hi ha una diferenciació entre els ocupats de règim general i els autònoms, disminuint la seva quantia durant tota la sèrie en el cas d'aquest últim, mentre que el primer ha superat ja el nombre d'ocupats de 2007.

Gràfic 4. Evolució dels Ocupats Totals, de Règim General i Autònoms a la C.V. Font: elaboració pròpia.



Es evident la recuperació de l'ocupació especialment a partir de 2015, situant-se les dades d'ocupats, en valors que superen les xifres de 2017. La recuperació es manifesta especialment a partir dels assalariats.

2. El sector de les Arts

El sector de les arts inclou totes les activitats culturals dintre del marc de les arts visuals, com la pintura, la escultura, la fotografia o les antiguitats, i les arts interpretatives (arts escèniques i música). Aquest té un pes relativament important dintre de la C.V., ja que les arts visuals, suposen la segona activitat cultural que més ha aportat al PIB cultural al 2013 i les arts interpretatives es situen com la tercera activitat que més ha contribuït econòmicament als SCC del territori. Ambos sectors s'han vist greument afectats per la crisi econòmica on hi ha hagut una important pèrdua tant d'activitat econòmica com de llocs d'ocupació. En particular, les arts visuals han sigut les que més han vist agreujada la seua activitat des de 2008.

2.1. Arts visuals

En termes globals l'evolució del sector mostra una caiguda a una taxa interanual acumulada del -8,5% entre 2008 i 2013 (el que implica una desaparició del 36% del total de l'activitat en el període considerat). El pitjor comportament el mostra la fotografia amb una taxa anual de decreixement del 13.2% en 2013. Millors comportaments mostra tant el comerç de les galeries d'art (-4,6%), el comerç orientat al subministrament de materials per a la pràctica de les arts plàstiques (-7,1%) i l'educació relacionada amb aquestes disciplines (-2,2%).

Taula 3. Indicadors Sobre l'Evolució del Sector de les Arts Visuals (2008 - 2013). Font: elaboració pròpia.

(MILERS D'EUROS)	2008	2009	2010	2011	2012	2013
VAB Sector Arts Visuals	387.982	373.441	322.780	285.121	261.435	248.979
Proporcions VAB CV respecte a Espanya (Arts Visuals)	8,0%	8,4%	8,0%	7,0%	7,2%	8,4%
Nom Índex Esp.2008=100. VAB	100,0	91,6	83,3	83,7	75,1	61,1
Nom Índex CV 2008=100. VAB	100,0	96,3	83,2	73,5	67,4	64,2

En termes d'oferta, dels 4.000 establiments que s'estima que componen el sector de galeries, marxants i antiquaris, aproximadament el 7% s'ubiquen en la Comunitat Valenciana el que suposarien al voltant de 300 establiments. En termes de futurs professionals, la Comunitat Valenciana sí que mostra una certa especialització en el camp de les arts plàstiques i el disseny, amb més de 4.000 estudiants matriculats al curs 2013-14, amb indicadors per habitant superiors a la mitjana.

En termes d'interès per les galeries d'art i les exposicions, la ciutadania valenciana se situa un poc per dalt de la mitjana espanyola: 4,6 és l'interès en terme mitjà dels valencians (4,3 a Espanya) per visitar exposicions i 3,9 és l'interès per visitar les galeries (3,8 a Espanya). El problema es deu a la retirada d'algunes de les grans institucions culturals (IVAM, Castelló Cultural, MACA, Museu de Belles Arts de Sant Pius) d'una programació estable i rigorosa en termes de qualitat des de l'inici de la crisi.

Si ens fixem en l'assistència, podem comprovar que la situació també es deteriora des de l'inici de la crisi, i de posicions capdavanteres en termes d'accés, se situen a la darrera enquesta en comportament inferior a la mitjana espanyola. La reducció de la quantitat i qualitat de l'oferta expositiva durant la crisi, tant pública com privada, podria explicar aquest comportament.

2.2. Arts escèniques

L'ecosistema escènic espanyol es caracteritza per la seua alta dependència política i econòmica dels poders públics i pel paper determinant dels espais teatrals -majoritàriament de titularitat governamental- com a intermediaris entre la producció privada i el consumidor final. En aquest sistema conviuen dos mercats, el de la producció i el de la difusió, tots dos imperfectes. En el primer d'ells, les companyies o unitats de producció financen la seua activitat fonamentalment sobre la base del caixet rebut per la venda de les seues funcions als teatres, i de les subvencions atorgades per diferents administracions. En el segon, festivals i espais escènics, demandants al seu torn en el mercat de produccions, actuen com oferents en el mercat de difusió.

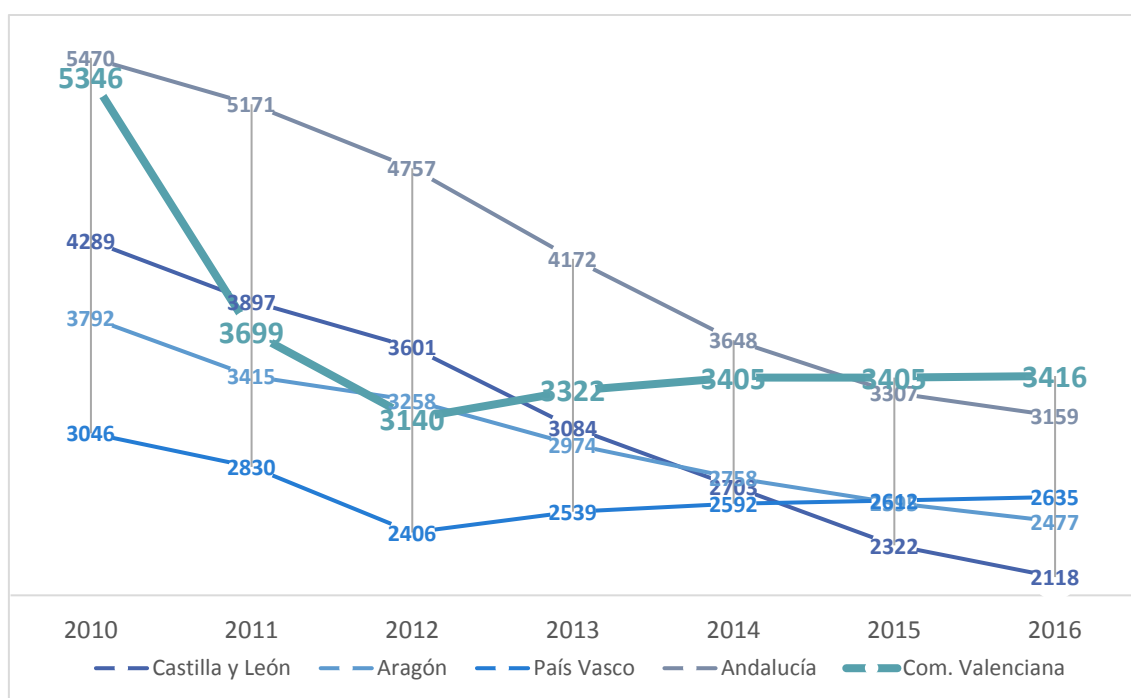
No obstant això, els recursos per finançar aquesta cadena procedeixen només limitadament del consumidor final, ja que són les administracions les que aporten directament o indirectament la major part dels recursos (Bonet, Villarroya, 2009)⁶. No hi ha cap dubte que hi ha hagut un desastre, i al conjunt d'Espanya entre 2008 i 2013 s'han perdut al voltant de 7 milions d'espectadors, és a dir, més d'una tercera part. Per altra banda, la ciutadania valenciana expressa un interès lleugerament superior a la mitjana espanyola, i durant el període de la crisi s'han mantingut relativament estable⁷.

Si ens fixem en el nombre de representacions de teatre podem comprovar que a la CV, s'aguanta millor l'efecte de reducció de l'oferta, en comparació a altres comunitats autònomes.

⁶ BONET, L.; VILLARROYA, A. (2008), "The performing arts sector and its interaction with government policies in Spain", C. Smithuijsen [ed.] *State on Stage. The impact of public policies on the performing arts in Europe*, Amsterdam: Boekman Foundation, p. 171-184.

⁷ Segons dades recollides per *EHPC 2014-2015*.

Gràfic 5. Nombre de Funcions de Teatre per CCAA (2010 - 2016). Font: elaboració pròpia.



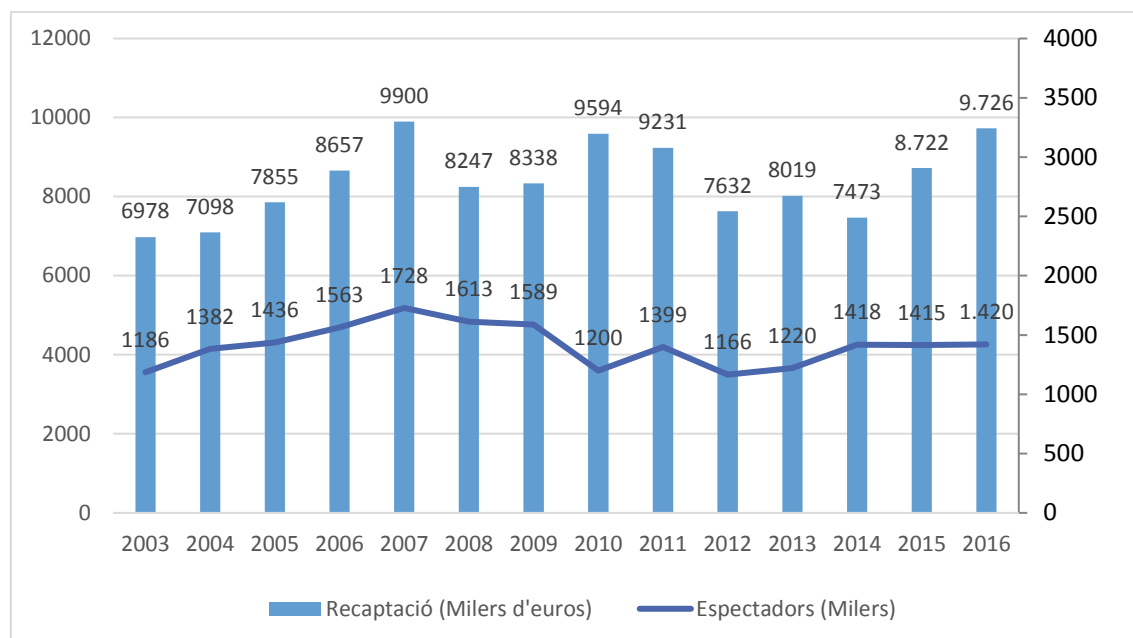
En quant al nombre de companyies de teatre a la C.V. trobem que l'efecte de la crisi sobre l'oferta de companyies es fa notar principalment a partir de 2010, i entre 2010 i 2013 desapareixen quasi la quarta part de les companyies existents, tot i que es manté el percentatge respecte als valors nacionals (al voltant d'un 8% del percentatge total de companyies espanyoles), la qual cosa vol dir que la dinàmica a la resta d'Espanya ha estat la mateixa. També resulta sorprenent la recuperació en 2014. En el cas dels festivals relacionats amb les arts escèniques, podem comprovar que la Comunitat Valenciana, amb 71 en 2014 concentra el 10%, que és el que li correspondria per la seua dimensió poblacional.

El segment més professional, constitueix un conjunt reduït i força estable de companyies associades a l'organització professional *AVETID* i que conformen l'oferta professional. Es tracta d'un conjunt de companyies amb almenys 10 anys d'experiència i especialitzades en espectacles de format mitjà (només 6 actors i 350 espectadors per sessió) i amb una relativa especialització en teatre infantil, amb algunes dificultats en l'àmbit de la gestió dels models de finançament i una excessiva dependència de les decisions dels agents públics, tant en l'àmbit de la programació com de les subvencions. La majoria de les companyies es dediquen a la producció de teatre de text (52,6%), al teatre gestual (23,7%), al teatre de carrer (18,4%). En el cas de la dansa es tracta principalment de companyies orientades a la dansa contemporània⁸.

⁸ Martín, A.M (2012): "Artes Escénicas y Desarrollo Local. Análisis de situación en la Comunidad Valenciana". Trabajo de Doctorado en Ciencias Sociales, del Trabajo y de los Recursos Humanos. Universitat de València.

Si ens fixem en el nombre d'espectadors, podem comprovar que la caiguda d'espectadors coincideix amb l'arribada de la crisi, i es correspon amb una davallada proporcional a la quantitat de representacions oferides.

Gràfic 6. Evolució de la Recaptació i Espectadors de Teatre (2003 - 2016). Font: Anuari SGAE.



En termes de la dimensió econòmica del sector, podem comprovar a la taula següent que el sector ha sofert un deteriorament (una caiguda del 3,4% de variació interanual acumulada, el que representa una caiguda del 17% en el període considerat), molt més accentuat i que s'anticipa a la dinàmica del conjunt d'Espanya, perdent, per tant, posicions en termes de quota de mercat i passant a representar poc més del 9,5% del total de l'activitat al conjunt nacional.

Taula 4. Indicadors Sobre l'Evolució de les Arts Escèniques, en milers d'Euros. Font: elaboració pròpia per les dades del Compte Satèl·lit de Cultura del INE.

	2008	2009	2010	2011	2012	2013
VAB Sector Arts Escèniques	253.370	250.666	235.372	225.890	207.116	212.897
Proporció VAB CV respecte a Espanya (Arts Escèniques)	10,8%	10,3%	9,8%	9,9%	9,6%	9,8%
Nom Índex Esp.2008=100. VAB	100	103,7	102,5	97,4	92,3	81,9
Nom Índex CV 2008=100. VAB	100	98,9	92,9	89,2	81,7	84,0

Especialment important és el retrocés de les activitats econòmiques lligades a la professió actoral, que en el període considerat retrocedeixen a una taxa anual acumulada de més del 10%. L'evolució de la despesa pública del Govern Regional ha estat molt erràtica, assolint els seus mínims a partir de 2011. També cal afegir la variació de les condicions de la fiscalitat indirecta amb l'aplicació del 21% de l'IVA a partir de la tardor de 2012.

3. El sector de la música.

Per que fa a l'anàlisi de les indústries musicals, cal diferenciar entre els concerts en viu, la música clàssica i la música popular actual. Si atenem a l'interès per cadascun del dos tipus de música en viu, podem destacar que la ciutadania valenciana mostra un nivell superior en el cas de la música clàssica, mentre que en el cas de la música actual els nivells se situen en valors molt semblants.

Aquestes diferències poden ser explicades per la presència de l'associacionisme musical que se centra en propostes de repertori classificat com a música clàssica. Si analitzen el percentatge d'assistents a concerts, podem comprovar com de nou el comportament efectiu es mostra per damunt de la mitjana en el cas de la música clàssica i per sota en el cas de la música actual, però en ambdós casos, al llarg del període de la crisi és detectable certa caiguda de la proporció de la gent que assisteix als concerts, especialment en el cas dels concerts de música actual.

Tot aquest comportament ha significat en el cas de la música actual una reducció del 50% en el nombre de concerts entre 2009 i 2014 (de 10.568 a 4.961) a la C.V. Una reducció de més d'un milió d'espectadors (de 2,3 a 1,1 milions d'espectadors) i una caiguda de quasi 8 milions d'euros en la recaptació (de 14,1 a 6,5 milions d'euros) entre 2009 i 2014. Si parlem de la dimensió de l'oferta, podem dir que en 2014 el nombre de concerts, 4.961, resulta un indicador de 0,99 per cada 100 mil habitants enfront de la mitjana espanyola de 2,09 o els 1,79 de Catalunya i els 3,64 de Madrid. En canvi en la música clàssica, amb 2.384 concerts, en 2014 eixe indicador era del 0,48 significativament per damunt de la mitjana espanyola, 0,31. Així el resultat en conjunt indica que en música clàssica representem el 16% de l'oferta en el total nacional, mentre que en el cas de la música actual suposem sols el 5,2%.

En termes de sales de concerts la Comunitat està relativament ben dotada, ja que se situa en una relació d'1,6 sales de concerts per 100 mil habitants, per damunt de la mitjana espanyola (1,2), segons la base de dades de *Recursos Musicals* del Ministeri d'Educació i Cultura. De tota manera cal destacar, en el cas de la música clàssica, els equipaments, incloent-hi també a les infraestructures de les Societats Musicals. En el cas dels equipaments per a la música actual, els promotors destaquen l'escassetat d'espais de dimensió mitjana-gran, que dificulten la possibilitat de programar/produir concerts d'aquestes dimensions.

Cal destacar dos fenòmens relativament recents que afecten de manera notable a l'ecosistema de la música en viu. Per una banda l'eclosió de la música en valencià, que

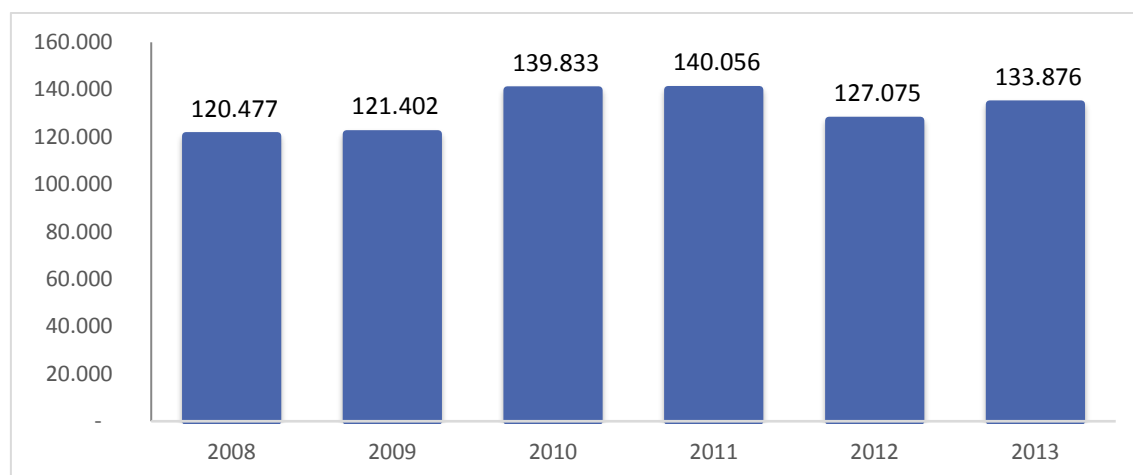
com destaca l'expert Rafa Xambò, “No hi ha cap dubte que en poc més d’una dècada la música en valencià ha experimentat una florida important.[...], als anys 90, i molt a poc a poc, va començar a gestar-se una nova escena de la cançó.[...]. Els grups joves que emergeixen amb força a finals dels noranta es reconeixen fills de l’escola en valencià”.

Per altra banda, l’eclosió d’estils musicals nous en aquell context –ska, hardcore, reggae, soul-funk, rap, hip-hop, techno, i totes les varietats del pop i el rock–, l’emergència d’una nova fornada de cantautors, i el manteniment o reaparició dels grups de folk i els cantants veterans, posaven a l’olla els ingredients que calien per a un creixement continuat dels projectes, els discos editats, l’ampliació dels públics i el trencament de la frontera mental per la qual els castellanoparlants ignoraven la nostra música. La música en Valencià té un eix vertebrador que fins ara era la voluntat de protecció de la llengua, tot i la seua diversitat estilística. En aquests moments s’editen entre 50 i 60 discs de música en Valencià i l’oferta activa –tot i en graus de mortalitat i natalitat elevats- es pot situar al voltant de les 150 bandes.

Un altre fenomen és la ubicació al territori valencià d’un seguit de grans festivals amb xifres d’assistència molt elevada. Al voltant de 850 mil persones passaren pels 7 festivals més importants⁹. La Comunitat Valenciana concentra 4 dels 10 festivals espanyols amb més espectadors.

Tot i que no tenim dades amb el detall de desagregació suficient, podem comprovar que sota l’epígraf de producció d’espectacles (que inclouen també la resta de les Arts Escèniques), l’evolució mostra signes molt diferents de les altres activitats culturals.

Gràfic 7. Evolució del VAB en la producció d’espectacles (2008 - 2013). Font: elaboració pròpia.



Per últim, cal destacar la importància de les Societats Musicals (SM) ja que suposa un dels escassos projectes d'èxit en un context social que està vivint com un fracàs col·lectiu

⁹ Les xifres aportades per l'Associació de Promotors Musicals són: Arenal Sound, 260.000 assistents (43.300/ 6 dies); Rototom Sunsplash, 250.000 (+31.200/ 8 dies); FIB, 115.000 assistents (28.700/ 4 dies); Low Festival, 70.000 (23.300/ 3 dies); Medusa Sunbeach Festival, 66.000 (22.000/ 3 dies); el Sansa Festival, 44.000 (11.000/ 4 dies); i Marenostrom Music Festival, 40.000 (20.000/ 2 dies).

molts aspectes de la seua història recent. Des d'aquesta perspectiva les Societats Musicals constitueixen un dels escassos recursos que poden sustentar i coadjuvar a una reconstrucció de la marca col·lectiva i que a més possibilita una fàcil connexió en l'àmbit internacional.

El valor socioeconòmic de les *SSMM* és ampli i va des dels efectes sobre la sociabilitat, la construcció de la identitat col·lectiva i el sentit de pertinença individual, com a agents culturals, com a xarxa formativa, com a espai de foment de la creativitat i detecció de talent, i finalment com a recurs simbòlic col·lectiu. Per la seua banda, les Societats Musicals plantegen, en l'actualitat, la renovació de les seues propostes pedagògiques en l'àmbit de la formació musical, i accepten el repte de la professionalització de part de les seues tasques de gestió, amb l'objectiu de multiplicar els impactes de les seues accions, i mostren la necessitat de seguir les mateixes passes que la resta de l'ecosistema cultural valencià, com són la internacionalització, la connexió amb altres dimensions de l'espai musical (indústria discogràfica, festivals, mitjans de comunicació), amb altres disciplines artístiques i amb els espais educatius.

Ocupació al sectors de creació artística i d'espectacles

Les arts escèniques suposen de manera estimada 1,234,338 de llocs de treball a Europa en 2012, convertint-se en el SCC que més persones ocupa. Les dades presentades per l'informe "Creating Growth: Mesuring Cultural and Creative Markets in the EU" mostren com aquest sector es caracteritza per ser intensiu en la força de treball i la composició dels seus treballadors es basa en una gran majoria (78%) de mà d'obra dedicada a la creació i l'actuació, un 15% de tècnics i un 7% de persones dedicades a la gestió dels espectacles.

De manera paral·lela, el sector de les arts escèniques es caracteritza per condicions de treball precàries. Segons el *European Monitoring Center on Change*, en aquest sector predominen els treballadors amb contractes temporals. Per exemple, en el cas dels músics solament aquells contractats per orquestres tenen contractes de llarga durada, i tot i així, sovint les orquestres contracten per uns períodes determinats de l'any. Aquesta situació provoca que hi haja una gran proporció de professionals de les arts escèniques que tenen més d'un treball, on es combinen les activitats docents amb les activitats performatives.

La precarització laboral d'aquest sector s'ha vist agreujat per l'onada de mesures de consolidació fiscal aplicades a Europa arrel de la crisi econòmica de 2008, que han suposat la reducció de les ajudes públiques als SCC. Per al sector de les arts escèniques, la crisi ha suposat que hagen d'augmentar els preus de les entrades amb l'objectiu de minimitzar les pèrdues així com un descens general en l'activitat de les empreses a la C.V. Per altra banda, els més afectats han sigut els teatres i les companyies menudes, que són les que tenen una major dependència vers al sector públic. Per últim lloc, cal ressaltar la importància de la projecció nacional i internacional dels teatres i sales de concert com a elements clau per mantindre els nivells d'activitats econòmica. Com s'observa a l'informe "Creating Growth", durant 2011 les audiències de teatre a

Barcelona aconseguiren un record de 2.8 milions d'euros degut a la importància de la ciutat com destinació de cultura i oci.

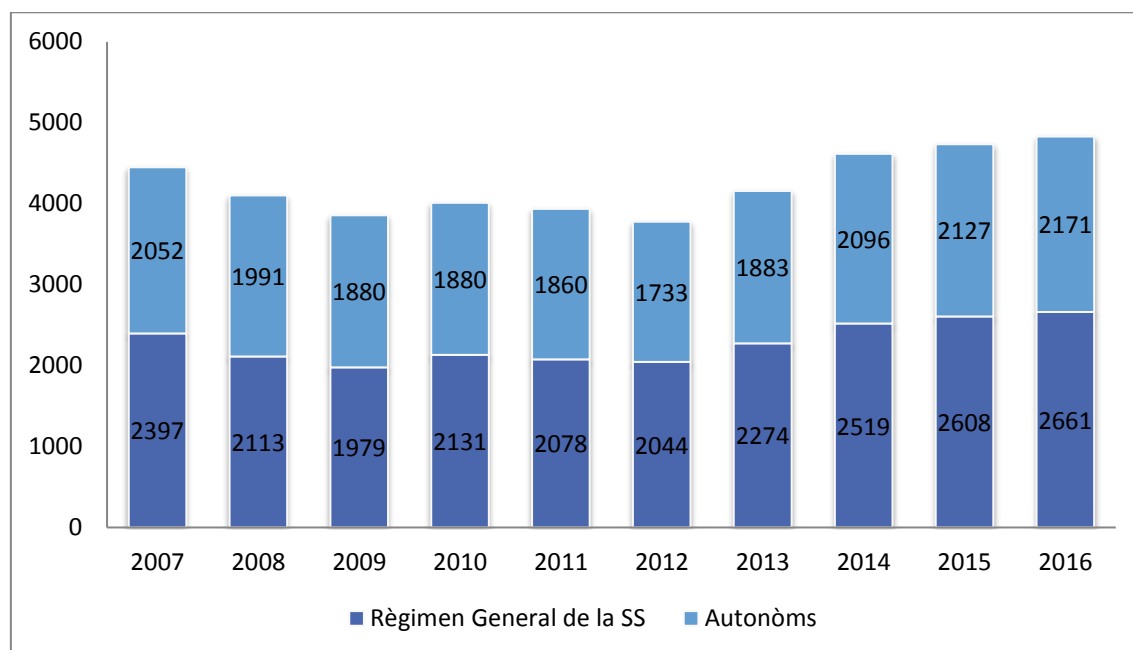
Pel que fa a l'ocupació a la indústria musical representa en Europa 1,289,000 de llocs de treball en 2013 que inclouen feines com musics, compositors, professors de música, companyies musicals, estudis de gravació o tècnics de so però també un ampli ventall d'ocupacions que estan indirectament relacionades amb la música com són la publicitat, la premsa o els serveis de distribució. Tot i la quantitat d'activitat econòmica que gira entorn a la indústria musical, genera beneficis de més de €25b a nivell europeu. aquesta no ha atret massa l'atenció de l'agenda política fins l'actualitat on estratègies de desenvolupament local a través de l'impuls a les indústries musicals, com les implementades en Berlín, Londres o Barcelona, estan començant a guanyar importància.

Dintre de les activitats econòmiques que més ocupació i beneficis generen trobem les organitzacions de drets d'autor que redistribueixen més de €4.3b entre els seus membres cada any, les companyies musicals europees, tant grans com PYMEs, inverteixen cada any milers de euros en nous artistes i produccions musicals. La contribució de les PYMEs en termes de producció i d'ocupació resulta essencial pel desenvolupament de la indústria musical i per assegurar la diversitat d'estils musical a Europa. Tanmateix, aquestes empreses tenen un alt component de valor afegit ja que resulta difícil que siguin relocalitzades i contenen amb el component de la marca Europa com a element de garantia de qualitat, el que produeix valor econòmic i ocupació.

Per a l'anàlisi d'aquest sector cultural hem utilitzat la classificació de la CNAE 2009 per definir quines són les activitats econòmiques que inclouen en el present anàlisi. D'aquesta manera hem inclòs totes les activitats de creació, artístiques i d'espectacles (arts escèniques i les activitats auxiliars derivades, activitats de creació artística i literària i la gestió de sales d'espectacle)¹⁰.

¹⁰ Degut a la manca de dades, les activitats vinculades a la fotografia i les antiguitats no han pogut ser incloses en la comptabilització de les empreses i l'ocupació a la CV.

Gràfic 8. Evolució del Nombre d'Ocupats Autònoms i en Règim General de la SS. Sector d'Activitats de Creació, Artístiques i d'Espectacles. Font: elaboració pròpia.



Indústries culturals i altres creacions funcionals

En aquest apartat s'han agrupat totes les activitats vinculades a la difusió de continguts a grans audiències, com són els mitjans editorials i impresos i els mitjans audiovisuals. Les activitats vinculades a llibres i premsa són les activitats que més varen contribuir al PIB regional. Tot i l'efecte de la crisi han aconseguit mantindre una aportació econòmica de 96.330 milers d'euros en 2013, que és quasi el nivell de 2008. Per altra banda, el sector audiovisual es situava com el segon sector amb més pes econòmic al 2008 però el tancament de la televisió pública valenciana ha suposat enorme pèrdua tant a nivell de capital humà com econòmica i social.

Sector editorial

L'activitat lectora és una de les portes principals d'accés a l'ecosistema cultural i el sector de l'edició i el llibre és un dels de major dimensió dels sectors culturals i creatius, i amb significatius efectes d'arrossegament cap avant i cap enrere. En ambdues dimensions la situació de la Comunitat Valenciana és prou decebedora i l'efecte de la crisi ha estat diferencial per al cas valencià.

Taula 5. Indicadors sobre l'Evolució del Sector del Llibre (2008 - 2013) Font: elaboració pròpia elaboració pròpia a través de dades extretes del Compte Satèl·lit de Cultura del INE.

(MILERS D'EUROS)	2008	2009	2010	2011	2012	2013
VAB Sector llibre i premsa. CV	688.162	585.993	563.641	540.070	502.075	506.401

Proporció VAB CV respecte a Espanya (llibres i premsa)	6,3%	5,6%	5,2%	5,1%	5,2%	6,55
Nom Índex Esp.2008=100. VAB	100	95,7	99,5	97,4	88,9	82,1
Nom Índex CV 2008=100. VAB	100	85,2	81,9	78,5	73,0	73,6

Especialment perjudicat en el context de la crisi ha estat el sector de distribució al detall (les llibreries) el qual mostra una caiguda anual durant el període considerat de més del -7%, mentre que per a la part d'edició aquesta caiguda ha estat més moderada, tot i que important, del -4,5%.

Les activitats menys afectades han estat la mateixa creació literària i la traducció, que mostren taxes de creixement positives (del 3,8% i del 0,8% anuals, respectivament). Des de l'any 2013, es pot observar un creixement del nombre d'empreses d'edició, però tot i així el sector editorial valencià se situa 2 o 3 punts per sota del que li correspondria en funció de la dimensió de l'economia valenciana respecte a la del conjunt d'Espanya. La quota de mercat de la producció editorial valenciana sobre la demanda total dels valencians es pot estimar al voltant del 14%. El nombre d'empreses amb activitat editorial s'ha incrementat en els darrers dos anys (2014 i 2015) però amb empreses de dimensions molt reduïdes amb unes productivitats molt baixes.

En principi sembla que l'interès per la lectura, expressat pels valencians, no és molt diferent de la resta de la població d'Espanya, mantenint-se al voltant de la mitjana espanyola. També la despesa en llibres, especialment des de l'any 2011, se situa en valors molt semblants, arribant en 2014 a situar-se en 10 euros més per llar, encara que la proporció de la població compradora és menor.

No obstant això, el comportament lector i les pràctiques d'escriptura se situen per sota de la mitjana espanyola. En conjunt tenim, per tant, una activitat editorial que hauria de tenir una musculatura i dimensió major i uns ciutadans que, tot i que presenten un interès similar i una despesa superior a la resta dels espanyols, mostren unes pràctiques lectores inferiors. Com bé assenyala la proposta del *Pla Valencià del Foment del Llibre i la Lectura*, per part de la *Fundació pel Llibre i la Lectura*, l'any 2012 “*el percentatge de lectors habituals més lectors ocasionals que llegeixen en altra llengua oficial de l'Estat espanyol diferent del castellà és del 74,2% per als lectors en català a Catalunya, el 35% en eusquera al País Basc, el 61,6% en gallec a Galícia i el 39,5% en valencià a la Comunitat Valenciana*”.

Aquest informe també assenyala que, “*en atenció a la llengua de l'últim llibre comprat, només el 2% dels llibres comprats pels valencians l'any 2011 va ser en valencià*”. Segons dades de l'enquesta d'hàbits lectors elaborada per la Generalitat Valenciana, “*a la nostra Comunitat, l'any 2010, tenim que el 93,4% dels valencians és lector habitual en castellà i que només el 3,8% llegeix habitualment en valencià*”.

Sector audiovisual

El sector audiovisual i multimèdia és el gran perjudicat per la crisi, sofrint una reducció de la seua dimensió econòmica, que quasi arriba al 50%, i la desaparició del 20% del nombre d'empreses. El resultat és que el sector perd 2 punts percentuals en el conjunt de la composició del sector a escala nacional. Sobre aquesta situació es planteja a finals de 2013 el tancament de la radiotelevisió pública valenciana, però com podem observar, el fort deteriorament de les activitats del sector és previ al tancament i pot ser que està relacionat amb les dificultats en els pagaments de la RTVV i l'elevat grau de dependència del sector.

Taula 6. Indicadors del Sector Audiovisual, Multimèdia i d'Edició de Videojocs. Font: elaboració pròpia a través de dades extretes del Compte Satèl·lit de Cultura del INE.

(MILERS D'EUROS)	2008	2009	2010	2011	2012	2013
VAB Sector Audiovisual	434.415	376.169	329.835	306.159	230.051	245.251
Proporció VAB CV respecte a Espanya (Audiovisual)	5,7%	5,1%	4,4%	4,5%	3,7%	3,9%
Nom Índex Esp 2008=100. VAB	100	96,6	96,9	88,4	80,0	77,5
Nom Índex CV 2008=100. VAB	100	86,6	75,9	70,5	53,0	56,5

El resultat és que a finals de 2014 el sector audiovisual compta amb 12,83 empreses per cada 100 mil habitants, mentre que la mitjana espanyola se situa per damunt de 19 i la Comunitat de Madrid supera les 47.

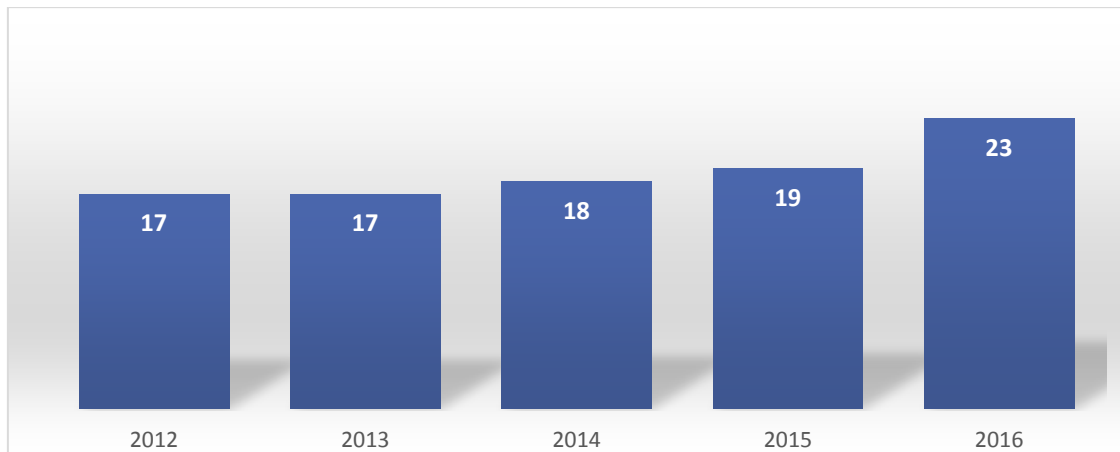
La composició del sector, malgrat això, és diversa i els comportaments varien molt. El subsector més damnificat pel mal funcionament de la televisió pública, i el seu posterior tancament, ha estat l'activitat de producció de programes de televisió amb una caiguda acumulada anual, durant el període considerat, del 13,8% i també l'exhibició i distribució cinematogràfica.

Des del punt de vista de la demanda, el comportament del sector audiovisual no mostra aspectes molt diferenciats als que li corresponen per la seua dimensió poblacional. La ciutadania valenciana mostra un interès pel cinema lleugerament superior (6,9) a la mitjana (6,7), o Catalunya (també 6,7) però per sota de Madrid (7,1) o Andalusia. En termes de dotació de sales de cinema per milió d'habitant estem en 8,8 enfront dels 8,0 de mitjana nacional. Pel que fa a l'assistència les xifres se situen a 2015 per sota de la mitjana espanyola. En termes absoluts significa passar de 13,6 milions d'espectadors en 2007 a poc més de 9,4 milions en 2014, amb caigudes en termes de variacions interanuals acumulades del -5,1% entre 2007 i 2014, lleugerament superiors a la mitjana nacional (-4,0%).

Des del punt de vista de l'existència de festivals de cinema reconeguts pel Ministeri de

Cultura hem passat de comptar amb 15 en 2009 a comptar sols 1 en 2014. Respecte a les empreses productores de cinema amb activitat, al llarg dels anys, podem dir que es manté una relativa estabilitat.

Gràfic 9. Empreses de Producció Cinematogràfica amb activitat (2012 - 2016). Font: Estadística de Cinematografía: Producción, Exhibición, Distribución y Fomento.



Les dades de demanda en termes de despesa mitjana per llar en béns i serveis audiovisuals, fotogràfics i cinematogràfics se situen en la franja alta (68,8 €, per 65,4 del País Basc o el 71,6 de Catalunya) i han evolucionat amb una dinàmica similar a la resta d'Espanya reduint-se a un 60%.

Des de la perspectiva de la demanda es pot constatar un increment de la recaptació que passa de 62,9 a 68,3 milions d'euros (un increment del 8,6%) i un increment dels espectadors que passen de 10,8 a 11,8 milions (9,3% d'increment).

Altres creacions funcionals

Els sectors que tractem en aquest punt són força heterogenis i van des del disseny i l'arquitectura fins a la publicitat, els videojocs o el comerç cultural. En termes globals l'evolució del sector mostra una caiguda a una taxa interanual acumulada del -8,5% entre 2008 i 2013 (el que implica una desaparició del 36% del total de l'activitat en el període considerat). Però tant la fotografia com el disseny, activitats més lligades a la dinàmica econòmica i en el cas de l'arquitectura al sector de la construcció, mostren taxes anuals de decreixement encara majors (-9,2%, l'arquitectura, -13,2% la fotografia, 12,6% el disseny). Millors comportaments mostra tant el comerç de les galeries d'art (-4,6%), el comerç orientat al subministrament de materials per a la pràctica de les arts plàstiques (-7,1%) i l'educació relacionada amb aquestes disciplines (-2,2%).

Altrament l'edició de videojocs, tot i constituir sols el 3% del total de l'activitat, mostra unes taxes de creixement anual del 12,6% anual acumulat. En termes generals el sector de videojocs, suposa el 13,5% en termes del total d'empreses a Espanya i la seua contribució al VAB valencià supera els 7 milions d'euros.

Un dels problemes detectats en el cas del sector del disseny i l'arquitectura és l'existència d'una generació jove que des de la crisi no ha pogut consolidar-se

professionalment, i tot i comptar amb les condicions òptimes des del punt de vista formatiu, ha limitat notablement la capacitat d'internacionalització d'unes activitats que es mouen en entorns molt competitius a escala global. Tampoc els mitjans de comunicació li presten molta atenció a uns sectors que tant des del punt de vista de la dimensió de les xifres de negoci, com de l'impacte sobre el valor afegit d'altres sectors con des de la capacitat de projecció internacional, resulten molt importants.

Ocupació en les indústries culturals i altres sectors de creació funcional.

Cal destacar que la dinàmica a les indústries culturals queda molt determinada per la profunda transformació del mitjans de comunicació i per l'especial circumstància del tancament de la radio i televisió valenciana.

Indústries culturals

Dintre d'aquesta categoria s'inclouen tant els mitjans impresos com els audiovisuals i les tecnologies de la informació, ja que tots produeixen continguts amb un component creatiu amb el propòsit de comunicar amb grans audiències. En termes generals, hi ha hagut una evolució negativa de l'ocupació cultural en aquest sector entre 2010 i 2015, i al voltant d'un 15%. Els sectors més afectats han sigut les activitats cinematogràfiques, de vídeo i TV i el mercat editorial. L'únic sector que mostra un creixement estable de l'ocupació és el sector dels serveis d'informació i TIC que ha passat de 14.137 empleats en Espanya en 2010 a 15.917 en 2015.

No obstant això, Espanya ha experimentat un creixement general de l'ocupació cultural en 2015 respecte a anys anteriors. L'àmbit que més ha crescut en nombre d'empleats són els serveis d'informació i les activitats cinematogràfiques, de vídeo i TV. A banda d'aquestes dades, hem de considerar que els mitjans de comunicació es caracteritzen per una certa heterogeneïtat ja que cada activitat té unes dinàmiques pròpies que difícilment són comparables entre elles. Per aquest motiu, analitzarem l'ocupació en tres grans subcategories: Editorials i mitjans impresos, mitjans audiovisuals i serveis d'informació i TIC.

En primer lloc, el sector editorial és un important pilar econòmic i d'ocupació dintre del panorama cultural espanyol i europeu. En termes específics, els sectors del llibre europeu és el cinquè sector creatiu que més persones ocupa, amb una xifra de 650,000 llocs de treball en el mercat del llibre i uns 500.000 llocs dedicats a la premsa i revistes en 2012 i a Espanya, en 2015, va proporcionar 49.500 ocupacions (el 9,6% del total de l'ocupació cultural) en l'àmbit de l'edició de llibres, diaris i altres activitats editorials¹¹. Tanmateix, hem de tindre en compte els canvis introduïts arrel de la introducció de les noves tecnologies en aquest sector. La digitalització ha tingut un impacte significatiu que ha provocat una reorganització de la producció i la distribució. Això ha tingut un impacte

¹¹ A aquesta xifra se li hauria de sumar l'ocupació vinculada a la resta d'activitats associades a la cadena del llibre.

en la demanda de ma d'obra per aquest sector que cada vegada es tendeix més a cercar treballadors especialitats en la digitalització.

En quant als mitjans audiovisuals, les activitats vinculades a la indústria cinematogràfica, la TV i la radio representen 1.703.000 de llocs de feina a nivell europeu en 2012. La indústria cinematogràfica europea es situa al capdavant de la demanda d'ocupació, seguida per les activitats vinculades a la TV i, darrerament, la radio. (Lhermitte & Perrin, 2014).

A nivell espanyol, l'ocupació en termes mitjans de les activitats cinematogràfiques, de vídeo, radio i Tv suposa el 14,1% del total de l'ocupació cultural espanyola en 2015, un percentatge que es manté des de 2009. En quant al numero d'empleats, hi ha hagut una tendència a la pèrdua de llocs de treball des de 2009, per exemple, es passa de 77.200 empleats als 2009 a 72.700 empleats en 2015. Si més no, si que es veu una recuperació de l'ocupació en les activitats audiovisuals en els darrers anys.

Seguidament, els serveis d'informació i TIC és l'àmbit dels SCC que més treballs ha creat de manera sostinguda des de l'inici de la crisi, tot i alguns descensos com el sector de les telecomunicacions en 2014, tant a nivell europeu com espanyol. Aquest àmbit d'activitats inclou les telecomunicacions, les activitats informàtiques i la fabricació de TIC que són branques que requereixen d'alts nivells de creativitat e innovació per desenvolupar-se. La branca de les TIC ocupa a 354.480 persones en 2015, un 7,1% més que en 2014. El 95,9% dels llocs de feina es troben agrupats en les empreses que ofereixen serveis de TIC, seguit pel sector de la fabricació que suma un 4,1% del total del sector. En darrer lloc destacar, que són les activitats informàtiques les que mantenen un major nombre de llocs de feina mentre que les telecomunicacions redueixen el seu pes total en aquest darrer any.

L'evolució general del nombre d'empreses en el sector dels mitjans de comunicació va seguir una tendència decreixent de 2007 fins a 2012, per després créixer i superar els valors anteriors a la crisi. Així mateix, destaca el gran pes que tenen els serveis de tecnologies de la informació que ha passat de representar el 42% d'empreses al 59%, en detriment de les altres activitats, encara que les que més s'han vist afectades han estat les activitats cinematogràfiques i les d'edició.

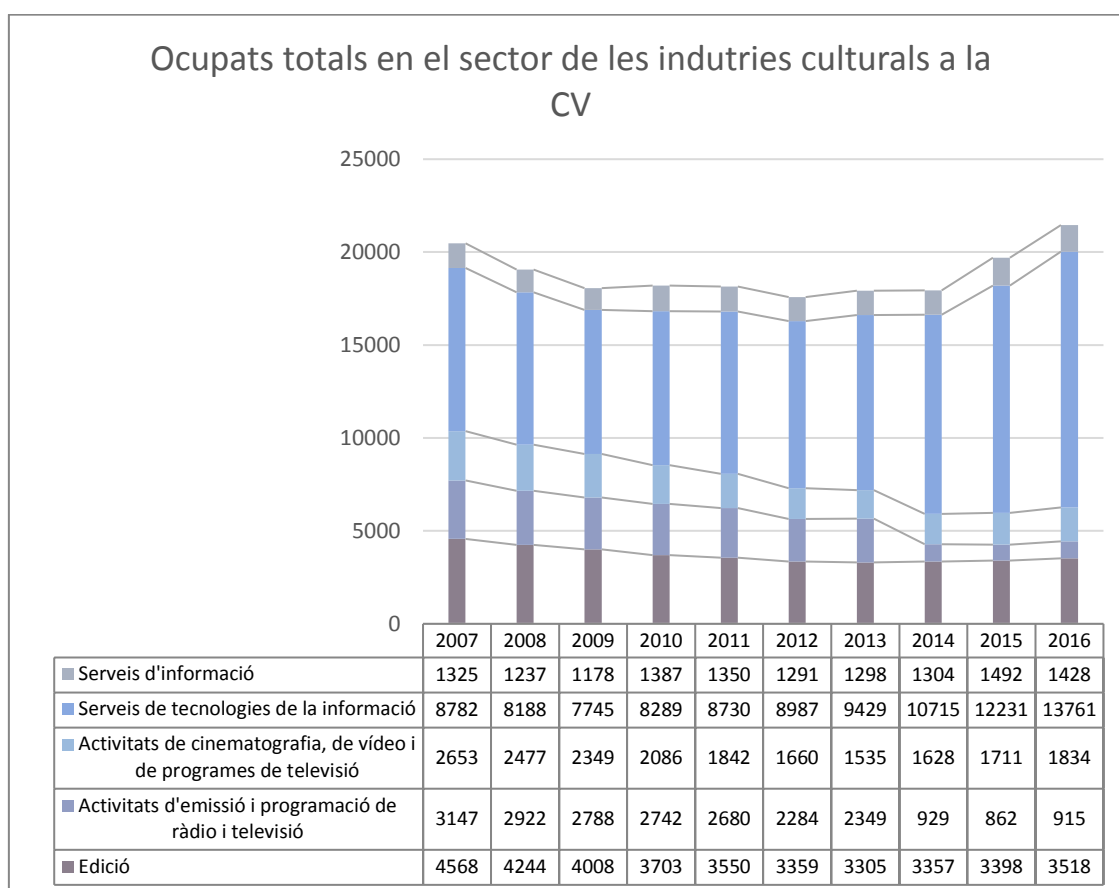
D'altra banda, la facturació en aquest sector no ha recuperat els valors previs de 2007, tot i que hi ha hagut una evolució diferent entre activitats. Per exemple, en el cas dels serveis de tecnologia de la informació, ha superat en 2016 en més d'un 40% els seus valors de 2007, sent l'únic sector que ha vist créixer la seva facturació en aquest període de temps. No obstant això, les altres activitats han aconseguit el resultat invers, sent les activitats d'edició i de cinematografia les més perjudicades.

Finalment, el total d'ocupats té una tendència molt semblant al del nombre d'empreses, decreixent amb l'arribada de la crisi i amb un creixement a partir de 2014 que fa superar la quantitat de persones treballant en 2016. Si es distingeix entre activitats, els serveis de tecnologia de la informació són les que més persones aporten, creixent notablement

en dit període, mentre que les altres activitats amb sort mantenen el nombre d'ocupats. En aquest cas són les activitats de ràdio i televisió les més perjudicades per la crisi.

Si distingim entre el règim general i els autònoms s'observa una tendència general semblant, tot i que predominen els treballadors del primer. Respecte a la seva tendència, és possible observar l'augment de treballadors en els serveis de tecnologia de la informació en els dos règims, mentre que ha existit una disminució de treballadors en el règim general en les activitats de cinema, ràdio i televisió.

Gràfic 10. Ocupats Totals en el Sector de les Indústries Culturals a la C.V. (2007 - 2016) Font: Elaboració pròpia a través de dades extretes de la base de dades culturals d'ECONCULT.



Creacions Funcionals

Les activitats vinculades al sector de les creacions funcionals engloben activitats culturals molt disperses que van des de l'educació relacionada amb la cultura, el comerç cultural i activitats professionals científiques i tècniques com l'arquitectura, la publicitat o la investigació i desenvolupament. Totes aquestes activitats estan destinades a suplir de necessitats funcionals de la societat on predomina un component creatiu per al seu exercici.

Les activitats específiques que es van a analitzar en aquest apartat són les següents: Altres activitats professionals científiques i tècniques; Arts gràfiques i reproducció de suports gravats; Comerç cultural; Educació relacionada amb la cultura; Publicitat i

estudis de mercat; Investigació i desenvolupament; Serveis tècnics d'arquitectura i enginyeria, assajos i anàlisi tècnica.

Com en altres sectors i activitats, la crisi ha tingut un efecte negatiu en la majoria d'activitats de creació funcional, però, hi ha força diferències en l'evolució que s'espera de cadascuna d'elles. Per exemple, les activitats de recerca i desenvolupament ajuden a la millora de la productivitat de les empreses i al fet que hi hagi avenços tècnics, per tant, no seria estrany que tot i la crisi tingués una evolució positiva. No obstant això, en contraposició es podria esmentar les activitats de publicitat i estudis de mercat o els serveis tècnics d'arquitectura i enginyeria; assaigs i anàlisi tècnica, que han vist reduir el seu volum de negoci per la menor activitat econòmica que hi ha hagut aquests anys.

No obstant això, segons les dades publicades per l'Observatori de les Ocupacions del Ministeri d'Ocupació d'Espanya, en aquests dos darrers anys la publicitat esta prop de recuperar les xifres d'ocupació d'abans de la crisi. Això es deu a l'evolució positiva de l'activitat econòmica de les empreses. En quant a la distribució dels empleats, un quart treballen de manera autònoma. Segons aquest mateix informe, les activitats professionals científiques i tècniques, que inclouen activitats con la fotografia, la traducció i la interpretació, també estan tenint un comportament positius en termes d'ocupació i han incrementat la prestació de serveis a empreses que contem amb professionals amb alts nivells de qualificació.

Per altra banda, els serveis tècnics d'arquitectura estan recuperant la gran part de professionals qualificats que provenen d'altres sectors que no s'han recuperat de la crisi econòmica, com el sector de la construcció. Així mateix, s'està produint un canvi organitzatiu en les empreses d'aquest sector ja que ha augmentat notablement l'externalització de serveis altres empreses.

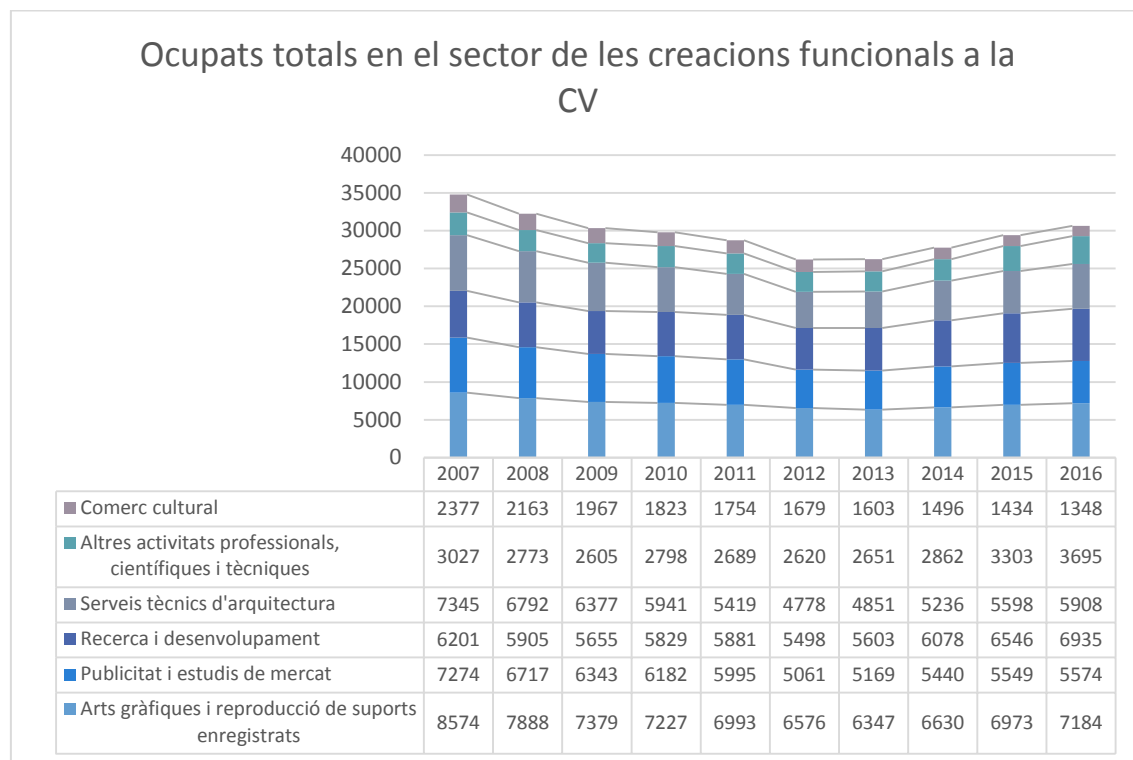
Finalment, cal fer especial esment a les activitats de comerç cultural, que amb la crisi i l'arribada de les noves tecnologies es poden veure molt perjudicades, havent-hi una reducció del nombre d'empreses i de la facturació, obligant a que hi hagi una ràpida adaptació per sobreviure.

L'evolució general del nombre d'empreses en el sector de les creacions funcionals ha sigut negativa en els darrers 10 anys, reduint el seu nombre fins a 2013 i recuperant-se lleument en els següents anys, havent-hi menys del 80% d'empreses que a l'inici de la crisi. Respecte a les activitats que componen el sector, destaquen les arts gràfiques, publicitat, estudis de mercat i serveis tècnics d'arquitectura, proporcionant més del 20% de les empreses cadascuna. Així mateix, l'evolució general de totes aquestes activitats ha sigut molt semblant, ja que en major o menor mesura han vist reduït el seu nombre d'empreses entre 2007 i 2016 sense grans canvis en el percentatge d'empreses que aporten.

Per altra banda, la facturació ha seguit una evolució en forma d'U durant aquests 10 anys, decreixent fins a 2012 i seguint una tendència positiva a partir d'ací. No obstant açò, aquesta recuperació no ha compensat el perdut anteriorment, havent-hi una

facturació un 13% menor. Respecte a les activitats, en 2007 destacaven l'activitat de les arts gràfiques, la publicitat, estudis de mercat i els serveis tècnics d'arquitectura amb més del 20% cadascuna, no obstant açò, en aquests 10 anys les quotes que posseïen les activitats han canviat. Perdent pes aquestes tres en favor de l'activitat de recerca i desenvolupament que ha crescut més d'un 50% suposant quasi el 25% de la facturació.

Gràfic 11. Ocupats Totals en el Sector de les Creacions Funcionals. Font: elaboració pròpia a través de dades extretes de la base de dades culturals d'ECONCULT.

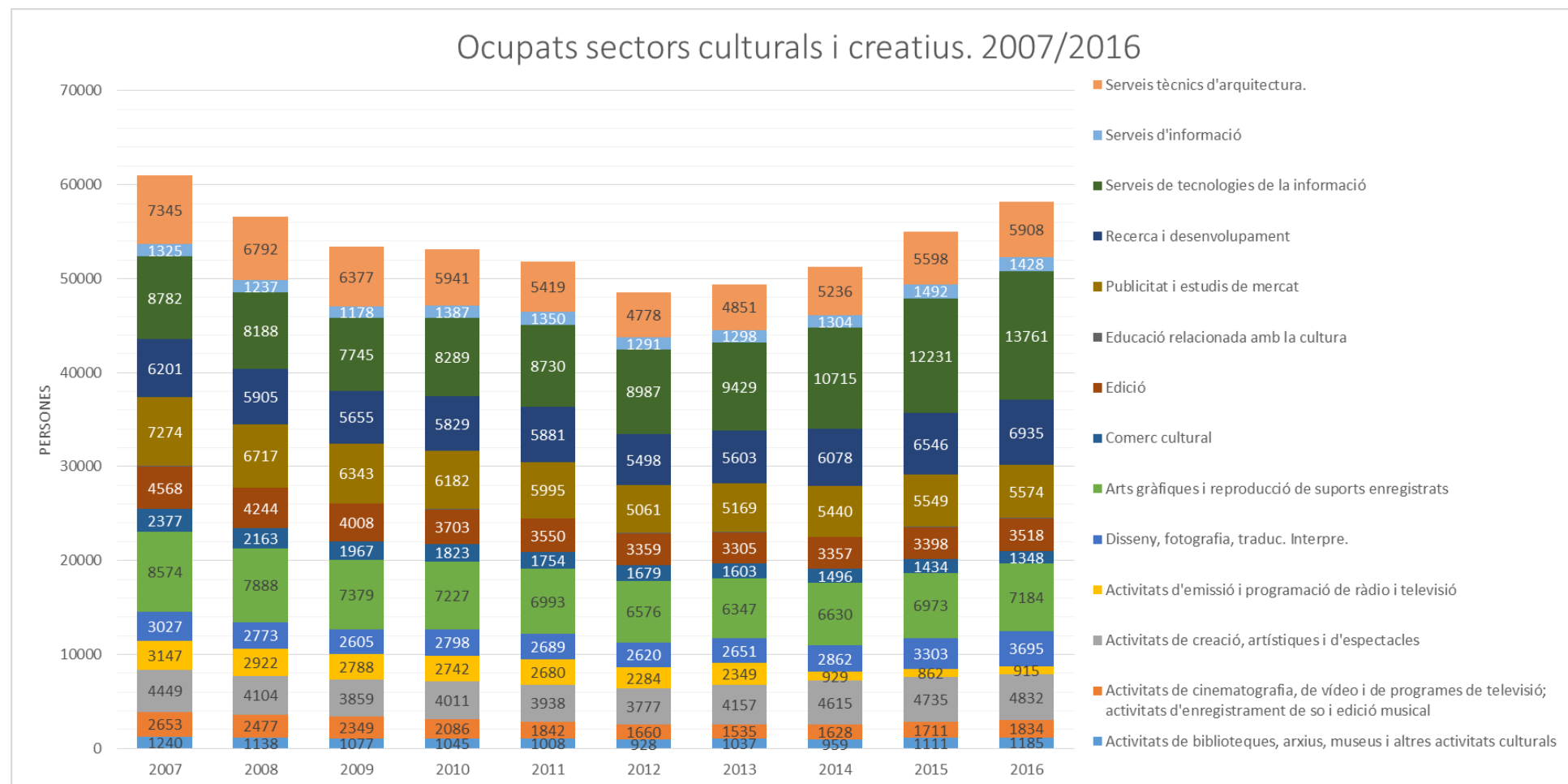


El total d'ocupats segueix una tendència molt similar a la pròpia facturació, havent perdut el 12% de l'ocupació de 2007 a 2016. Si es diferencia entre activitats, les arts gràfiques, la publicitat i estudis de mercat, recerca i desenvolupament i serveis tècnics d'arquitectura contenen més del 80% de l'ocupació tant en 2007 com en 2016. No obstant açò, amb la crisi perden pes la majoria, menys recerca i desenvolupament i altres activitats professionals, científiques i tècniques que augmenten el seu nombre en més d'un 10%.

Aquesta tendència esmentada amb el total d'ocupats es pot extrapolar als ocupats de règim general que han vist reduït el seu nombre en un 20%. Respecte a les activitats, les arts gràfiques, la publicitat i estudis de mercat, recerca i desenvolupament i serveis tècnics d'arquitectura suposen també més del 80% de l'ocupació tots els anys. Així mateix, hi ha hagut algunes activitats que han perdut prop del 40% de l'ocupació, com la publicitat i estudis de mercat o el comerç cultural, mentre que la recerca i desenvolupament, a més d'altres activitats professionals, científiques i tècniques han augmentat els seus ocupats lleugerament. D'altra banda, els autònoms han vist

augmentar el seu nombre en un 14% aproximadament, veient-se beneficiades la majoria d'activitats en aquest sentit.

Gràfic 12. Evolució ocupats per sectors cultural i creatius, 2007-2016. Font: elaboració pròpia.



3. Detecció sobre les necessitats de formació dels SCC

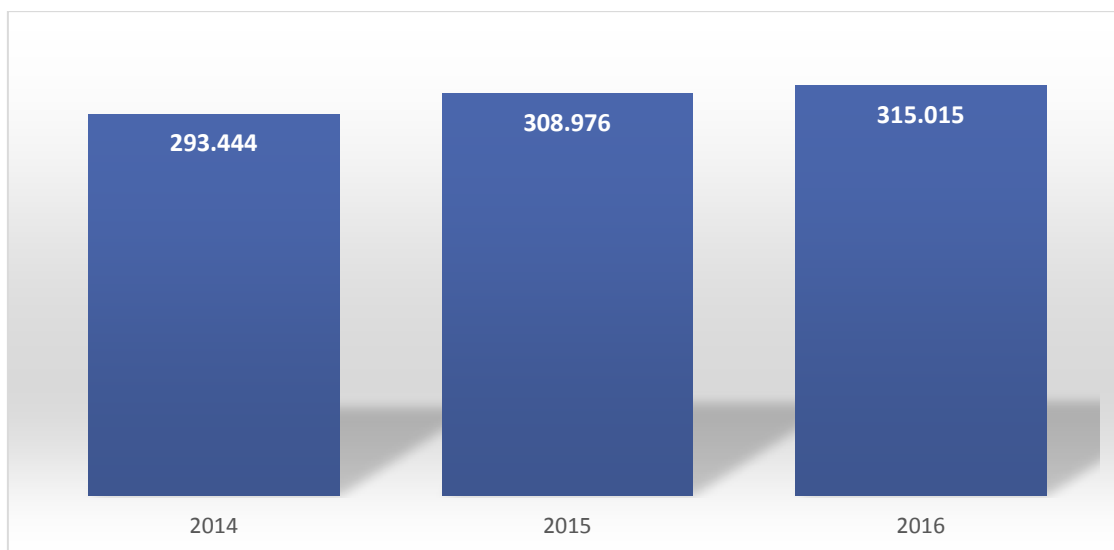
Introducció

En termes generals, els SCC presenten les següents característiques:

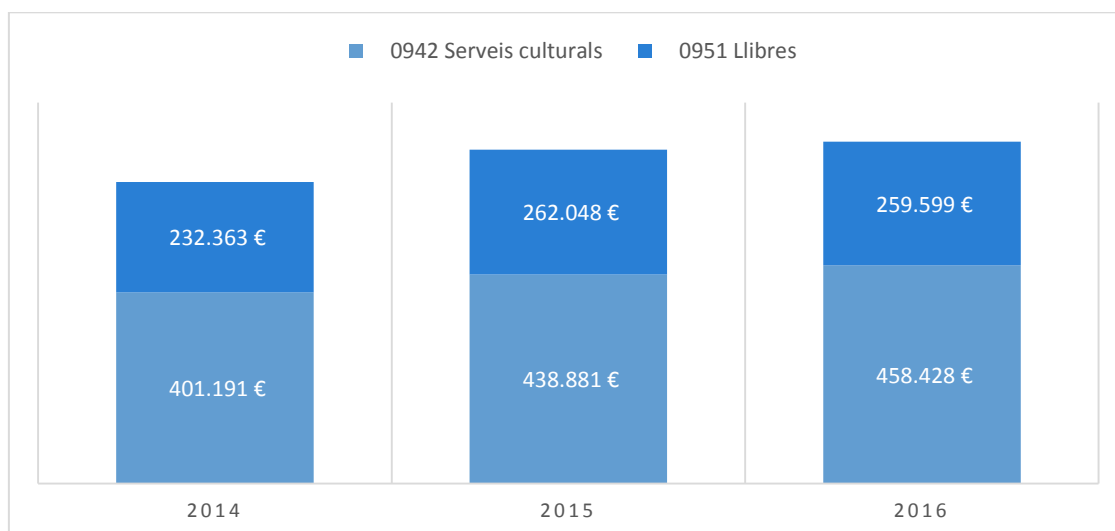
- Poques empreses grans, que tanmateix tenen una gran part de la facturació del sector i controlen els seus recursos;
- Una proporció molt elevada de microempreses que han de ser molt flexibles per sobreviure;
- L'ús de formes de treball no convencionals, com ara contractes a curt termini, canvis freqüents de feina, múltiples llocs de treball al mateix temps;
- Molts professionals autònoms, que sovint accepten una compensació inferior a la mitjana;
- Les empreses freqüentment agreguen, externalitzen i gestionen múltiples projectes amb altres empreses per aprofitar les oportunitats de mercat;
- Es centren en la creació i desenvolupament de productes, més que en la distribució (que es considera secundària);
- Escasa visibilitat dels processos d'innovació a l'ICC: només el 3% prové d'activitats de R + D.E;

I sectors culturals i creatius de la Comunitat Valenciana s'ubiquen a curt termini en una fase que s'enfronta a una demanda creixent. La recuperació de la demanda privada, la pressió de la demanda externa mitjançant el turisme i la lleugera recuperació de la despesa pública dibuixen una panorama que permetria una expansió de les activitats culturals i creatives, tal i com hem comprovat en les dades sobre l'evolució de l'ocupació.

Gràfic 13. Evolució de la Despesa de les Corporacions Locals en Cultura (Milers d'Euros). Font: Ministeri d'Hisenda.



Gràfic 14. Evolució de la Despesa Privada en Serveis Culturals i Llibres (Milers d'euros). Font: Enquesta de pressupostos familiars del INE.



Front a aquesta esperançadora perspectiva, la reacció dels agents ha de ser adient al nou context que s'esbrina. La sostenibilitat de les propostes dels SCC, però no sols depèn d'aquest factor exogen relativament favorable sinó que dependrà de la capacitat de ser competitius i productius alhora.

Cada vegada més existeix un consens global sobre la importància de la formació en competències com a mecanisme de garantia de la sostenibilitat de les organitzacions culturals. Garantir una oferta formativa per part del sector públic que vagi adreçada a suplir les mancances formatives dels i les treballadores permet establir estratègies que desenvolupen capacitats organitzatives, funcionals i tecnològiques que assegurin la consolidació dels sectors.

Una vegada realitzat el diagnòstic de l'ocupació dels SCC a la C.V., queda preguntar-nos que es pot fer des de el sector públic per assegurar un marc de creixement sostenible per als SCC al nostre territori. L'objectiu seria assegurar taxes de creixement econòmic, innovació i ocupació en els propers anys que garanteixin el desenvolupament i la consolidació de les activitats culturals a la C.V.. Una de les vies per aconseguir-ho es millorar la productivitat dels autònoms, de les organitzacions, empreses i institucions culturals a través de millorar les competències dels treballadors culturals.

Desenvolupar competències i habilitats és un dels cinc motors de la productivitat, conjuntament amb inversió, competitivitat, innovació i desenvolupament d'empreses, necessaris per assegurar el creixement econòmic. Per aquest motiu, resulta necessari identificar les necessitats formatives dels SCC amb l'objectiu d'assegurar la seua consolidació territorial i dirigir la inversió, tant pública com privada, en millorar les habilitats de les persones treballadores, així com, satisfer millor les necessitats del sector.

En aquesta mateixa línia, la Comissió Europea va publicar al 2016 la Agenda Europea de Noves Capacitats amb l'objectiu d'identificar les competències requerides pels mercats

laborals europeus. En aquest document, es parteix de la anàlisi de que en Europa existeixen 70 milions de ciutadans que no tenen les habilitats necessàries per adaptar-se a les noves condicions tecnològiques que demanda el mercat laboral. De manera que existeix una mancança d'adequació entre l'oferta de ma d'obra i la demanda laboral degut a que les institucions educatives no formen perfils tècnics especialitzats.

Aquesta bretxa de competències genera desajusts que dificulten el creixement econòmic i limiten la productivitat. Així mateix, aquests desequilibris afecten especialment als SCC, ja que les empreses culturals es caracteritzen per ser empreses menudes i els treballadors han de realitzar tasques per a les que no tenen formació prèvia. És en aquest punt, on el paper del sector públic resulta rellevant per poder reduir les bretxes de competències, formant als treballadors i treballadores en les noves competències demandades pel mercat.

Aquesta bretxa es veu agreujada per la transformació digital de l'economia que està alterant els models de negoci i la manera de treballar, provocant el sorgiment de noves formes de treball. Aquestes noves metodologies de treball demanden altres tipus de capacitats. Per exemple, resulta evident la necessitat de formar a les persones treballadores en capacitats digitals, en innovació social o ocupacions verdes amb l'objectiu de respondre als reptes socioeconòmics del s. XXI.

Seguidament, el desenvolupament de les capacitats dels treballadors juga un paper fonamental en la cohesió social ja que promou la incorporació de persones aturades de llarga duració, així com ajuda a l'adaptació del mercat laboral al context econòmic promovent un cercle virtuós de creació de treballs i creixement. En l'Agenda Europea de les Noves Capacitats es mostra com amb les persones amb nivells baixos d'alfabetització, habilitats numèriques i digitals són més vulnerables a la precarietat laboral, l'exclusió social i la pobresa. Si des del sector públic es fomenten les capacitats adequades, s'assegura que les persones estiguin equipades per desenvolupar treballs de bona qualitat fomentant el seu desenvolupament com ciutadans actius.

Una aproximació a les competències genèriques per als SCC

Entenem les competències com aquelles habilitats, coneixements i actituds dels individus que influeixen en el seu nivell de productivitat. D'aquesta manera, si influïm en el nivell de productivitat dels individus a través de processos formatius estarem incidint en el resultat de la funció de producció professional.

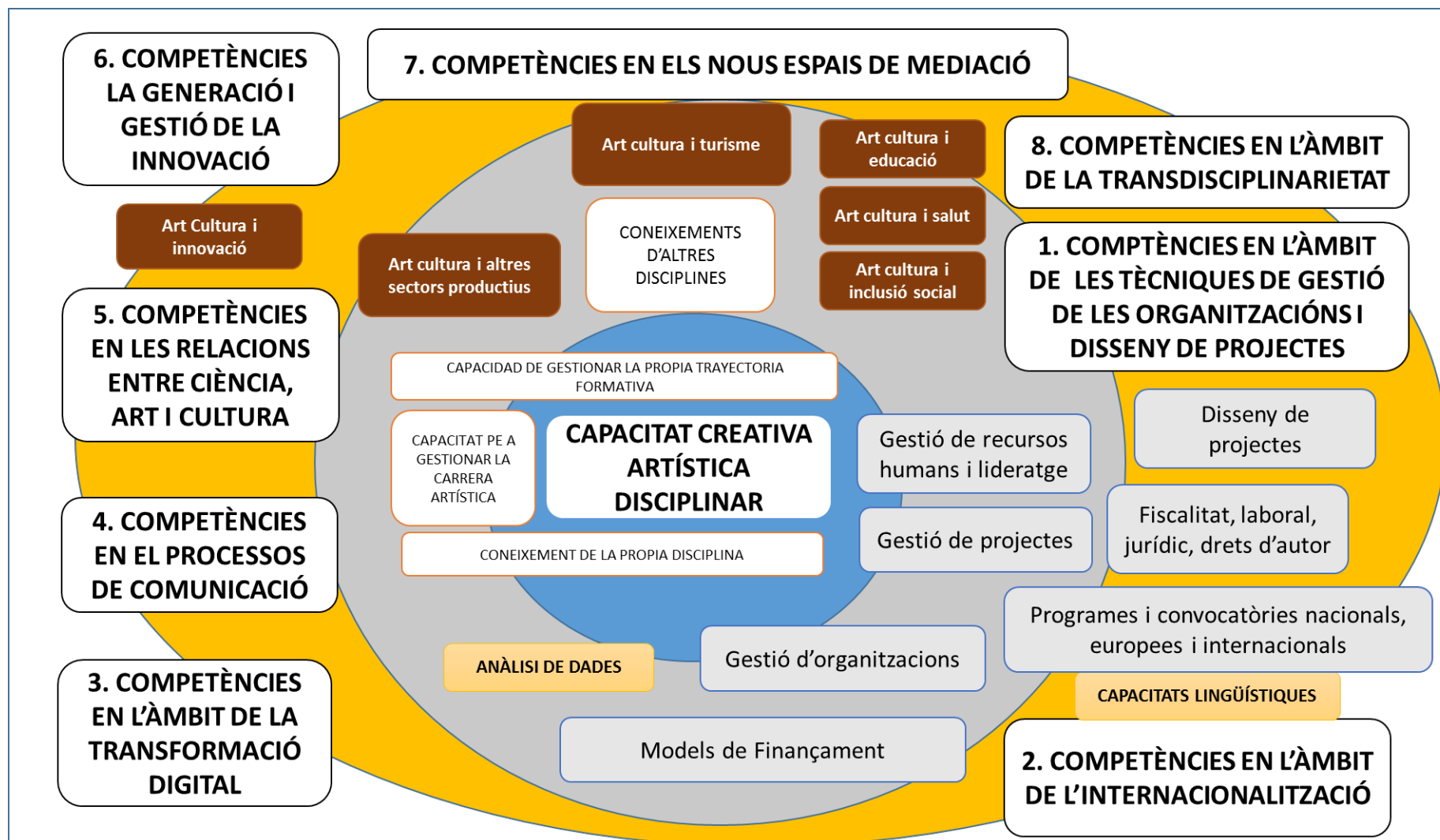
En quant a les demandes formatives pels agents culturals, hem pogut identificar a través de diversos informes europeus, espanyols i regionals que les competències més demandades segueixen un mateix esquema vinculat a la transformació digital de l'economia i als efectes de la crisi en els models de gestió dels SCC. La crisi econòmica ha tingut un gran impacte en la reducció de les ajudes públiques a la cultura, el que ha generat la necessitat de trobar noves vies de finançament per les organitzacions culturals.

En aquests estudis esmentats, s'identifiquen que les principals competències demandades pels SCC són les competències en TIC, màrqueting i publicitat, en desenvolupament de negocis i administració. Tant des de la Comissió Europea com des del Ministeri d'Educació, Cultura i Esport, s'emfatitza en les mancances de les habilitats empresarials de les persones treballadores dels SCC i la falta de coneixements sobre el funcionament dels mercats. Per exemple, s'observa com les persones treballadores als SCC tenen dificultats per analitzar la demanda dels productes culturals. És per aquest motiu, que es recomana que els programes de capacitació dirigits a agents culturals incloguin formació econòmica, de gestió i creació de plans estratègics, així com coneixements adequats per fer front a processos de digitalització e incorporació de la tecnologia als productes i serveis culturals.

Per altra banda, en l'estudi realitzat per ECONCULT en la regió de Murcia, s'identificava com una demanda prioritària pels agents culturals enquestats, la millora de les capacitats d'innovació i de generació d'idees. Aquesta capacitat resulta especialment rellevant per fer front als nous reptes globals com el canvi climàtic o l'augment de la precarietat laboral. És per aquest motiu, que considerem que existeixen necessitats formatives vinculades a l'àmbit de la innovació social i de la incorporació de valors ètics en els models de negoci dels SCC.

Amb l'objectiu de realitzar una proposició sistematitzada de les competències necessàries per als professionals de l'àmbit de la cultura, més enllà de les capacitats pròpies de l'especialització creativa, s'identifiquen 8 grups de competències transversals. Aquestes capacitats van des de les tècniques de gestió i el disseny de projectes fins la gestió de la innovació o la internacionalització. La formació dels agents culturals en aquestes habilitats resulta un element clau per garantir la sostenibilitat de les organitzacions culturals, així com ajudar a l'adaptació a les noves realitats contemporànies.

Il·lustració 1. Mapa conceptual de les nous espais de capacitats per als sectors culturals i creatius (SCC). Font: elaboració pròpia.



1. Competències en l'àmbit de les tècniques de gestió de les organitzacions

El paradigma entorn a les competències per als professionals dels SCC on existeix un consens clar, és la necessitat de formar en capacitats de gestió i finançament. Aquesta necessitat sorgeix arrel de la reducció de la despesa de l'Estat després de la crisi del 2008, així com de l'idea de combinar el valor cultural de les organitzacions culturals amb el potencial econòmic de la cultura per al desenvolupament territorial.

A diferència de la gestió d'empreses d'altres sectors, les organitzacions culturals tenen unes característiques específiques que marquen el seu desenvolupament i sostenibilitat econòmica. Aquestes característiques són: 1) operar en condicions difícils de mercat; 2) produir béns de naturalesa cultural; 3) treballar amb persones que estan més orientades al contingut que a l'orientació comercial; 4) empreses petites i existeixen sobre la base de xarxes més permanents.

D'aquesta manera, entenem per competències en l'àmbit de gestió de les organitzacions un conjunt de tècniques operacionals dirigides al control i planificació dels recursos humans, les condicions laborals, el compliment amb la fiscalitat que orientats adequadament incrementen la potencialitat i l'eficiència d'una organització.

Estes competències inclouen tant coneixements analítics com competències funcionals com a eines que donen compte del grau de capacitat no tecnològica present en una organització mesurat, i ús de diferents eines de caràcter tecnològic (dispositius, plataformes, aplicacions, etc.) de l'activitat ordinària de les organitzacions. En un recent estudi sobre dites capacitats realitzat a una mostra d'organitzacions culturals i creatives de la província de Guipúscoa (SINNERGIAK, 2013), les pròpies empreses reconeixen sols un nivell de capacitat de 4,1 en una escala de l'1 al 10.

En darrer lloc, també volem incloure en aquesta secció la necessitat de millorar les habilitats dels treballadors/es culturals de la C.V. en l'àmbit de disseny i implementació de projectes, tant a nivell autonòmic, com estatal i europeu. Aquestes habilitats inclouen aspectes com la identificació de fonts de convocatòries de finançament, la gestió dels recursos humans o el lideratge. Tant si és amb l'objectiu d'iniciar un projecte empresarial com si es cerca finançament per desenvolupar activitats culturals, existeixen recursos públics que estan a l'abast de les organitzacions culturals però sovint el procediments i llenguatge resulta complexos a professionals que no estan familiaritzats. A més, l'accés als projectes europeus i internacionals resulta particularment important a l'hora de fomentar la internacionalització dels SCC valencians.

2. Competències en l'àmbit de la internacionalització

Els efectes de la crisi econòmica que arrossega Espanya, juntament amb les altres economies perifèriques del sud d'Europa des de fa ja quasi 10 anys, han devastat el nostre teixit productiu entre els quals s'inclou el del sector culturals i creatius- SCC- que ha estat un dels sectors més puixants i dinàmics de la nostra economia en les anys anteriors a la crisi. La caiguda del consum intern, les dificultats per accedir als mercats

de finançament i inversió privada, el desmantellament del sistema d'ajuts públics, i les pujades en les càrregues fiscals, juntament amb altres efectes en cadena, (deslocalització empresarial, evasió de capital humà, estancament del creixement d'accés a les xarxes digitals) presenten un panorama fosc al qual el sector dels SCC ha d'enfrontar-se. Però no tot el panorama és tan negre. Un dels puntals de l'economia valenciana té a veure amb la seva capacitat d'exportació i el paper que juga en el comerç internacional.

L'economia valenciana en el seu conjunt ha mantingut malgrat la crisi, la seva quota de mercat en el comerç internacional gràcies al tipus d'especialització de les seves exportacions, la persistència d'alguns factors positius en l'àmbit de les tecnologies de la comunicació i la informació i en el perfil altament qualificat del nostre capital humà creatiu. Aquesta realitat pot ser transferible al marc d'internacionalització de les activitats culturals i creatives. En efecte, la caiguda del mercat interior, especialment en el cas dels béns i serveis de consum cultural, tant derivat de la demanda privada com de la pública suposa un evident factor d'empenta cap a la internacionalització.

L'economia creativa del món creix. La taxa de creixement anual dels països de l'OCDE durant els anys noranta va ser més del doble que la de les indústries de serveis en general. Les principals implicacions de la globalització per al sector són: Creixents mercats potencials per a productes creatius i culturals produïts a la Comunitat Valenciana. Una major oferta de competidors estrangers amb accés al mercat locals

La importància creixent de l'economia del coneixement a la Comunitat Valenciana és essencial per al creixement econòmic i la creació de riquesa. Per conservar aquesta capacitat i la generació de riquesa i gestionar la competència a escala mundial, les indústries creatives i culturals requereixen un desenvolupament adequat de la força laboral, formació i estructures de capacitats per desenvolupar el grup de persones amb talent que operen al País Valencià, així com atraure el millor del món global per treballar.

En termes de processos perquè es materialitzi la internacionalització, es requereix finançament, coneixements dels mercats receptors i capacitats internes de l'organització per gestionar totes les dimensions del procés. Des del punt de vista contextual, que pot facilitar o dificultar les fases de la internacionalització, cal tenir en compte tant l'entramat institucional, la seguretat jurídica i normativa del mercat receptor així com les seves connexions socioculturals. Des de la perspectiva del territori "emissor" cal tenir en compte aspectes com les facilitats, la promoció i l'acompanyament de les institucions del territori emissor, així.

3. Competències relacionades amb l'àmbit de transformació digital

Diverses transformacions afecten el context en què actuen els actors dels SCC i influeixen en el seu model d'organització industrial. Un factor clau que impulsa tots els sectors de l'economia és l'augment de l'ús de la tecnologia digital en els negocis. Les habilitats necessàries per aprofitar els canvis tecnològics són especialment rellevants per a les indústries creatives i culturals, ja que els avanços en l'economia digital

requeriran cada vegada més l'aplicació de competències creatives en els sectors "no creatius", per donar suport a la innovació i satisfer les demandes de l'àmbit nacional i global. La capacitat dels actors culturals i creatius per respondre i anticipar els canvis en les condicions exògenes i del mercat, determina en gran mesura el seu funcionament i rendiment en la cadena de valor i, en definitiva, la seva competitivitat global.

Un dels factors exògens més influents que afecten cadenes de valor creatiu durant l'última dècada ha estat la digitalització. L'impacte de la digitalització en les cadenes de valor dels sectors cultural i creatiu és omnipresent. D'una banda, les tecnologies digitals són una gran oportunitat per als ciutadans, creadors i intermediaris de la UE, ja que condueixen a l'aparició constant de nous serveis basats en models de negoci innovadors. Des de la creació fins al consum real, tots els passos de les cadenes de valor han estat evolucionant en paral·lel amb les noves solucions digitals:

- A nivell de creació, les noves tecnologies sovint actuen com a facilitadores de la creació d'obres i productes, o permeten productes o serveis radicalment nous (com ara continguts de realitat augmentada o basats en la realitat virtual).
- A nivell de producció, solucions ràpides de prototipatge (com ara impressió 3D) han aportat noves solucions per a provar i refinar processos de producció de béns físics. Per a les indústries orientades al contingut, les solucions digitals sovint han reduït els costos de producció (en publicacions de llibres, videojocs i audiovisuals, fins a cert punt).
- A nivell de distribució, més enllà de la reducció de costos, han aparegut radicalment nous models amb el desenvolupament generalitzat de solucions de transmissió (per a la música i l'audiovisual, per descomptat, però també en llibres i literatura, multimèdia, emissió).
- A nivell de màrqueting, les eines de les xarxes socials i altres aplicacions interactives permeten que el SCC s'orienti a una demografia més específica de l'audiència, mentre que potencialment apunta cap al públic global.
- A nivell de consum, hi ha una quantitat molt més gran de contingut disponible per als ciutadans, que condueix al consum ("en qualsevol moment, en qualsevol lloc i en qualsevol dispositiu") i noves expectatives quant a accessibilitat. A més, la digitalització permet una interacció més gran, ja que ofereix als espectadors la llibertat de demandar els serveis culturals i audiovisuals en comptes de que els serveis els hagen d'oferir. El contingut generat per l'usuari, per exemple, afecta als SCC amb noves formes de creativitat que sorgeixen. Igual que en les solucions basades en multituds, el consumidor final es converteix en un actor actiu a través de la cadena de valor.

D'altra banda, aquesta redefinició dels models de negoci tradicionals pot ser a costa dels jugadors tradicionals de SCC. A més de les oportunitats, el canvi digital ha provocat grans reptes per als actors del SCC, com ara la pirateria i l'augment de la pressió sobre els models de finançament i de fixació existents. Les tecnologies digitals també pressionen els jugadors tradicionals de SCC (creadors, intermediaris), en benefici dels jugadors de

SCC no tradicionals, com ara plataformes en línia (per exemple, Google, Amazon, Facebook o Apple, així com jugadors més menuts. En alguns subsectors, aquests nous actors han guanyat ràpidament un pes econòmic en la cadena de valor i fins i tot han assumit una posició dominant en funcions particulars, per exemple, en la difusió o el comerç). Aquesta reconfiguració obliga els jugadors existents a reposicionar-se i repensar els seus models de negoci.

Amb l'objectiu d'oferir un marc de referencia europeu que permeta als responsables polítics definir les estratègies formatives en matèria d'habilitats digitals, la Comissió Europea ha proposat un llistat de competències sobre les que s'haurien de basar les formacions a professionals.

Taula 7. Competències Digitals. Font: elaboració pròpia i Documents DigComp 2.0 (Comissió Europea).

ÀREES DE COMPETÈNCIES	COMPETÈNCIES
1. Informació i alfabetització de dades	1.1 Navegar, buscar i filtrar dades, informació i contingut digital
	1.2 Avaluació de dades, informació i contingut digital
	1.3 Gestió de dades, informació i contingut digital
2. Comunicació i col·laboració	2.1 Interacció a través de les tecnologies digitals
	2.2 Compartir mitjançant tecnologies digitals
	2.3 Participar en la ciutadania a través de les tecnologies digitals
	2.4 Col·laborar a través de les tecnologies digitals
	2.5 Netiquette
	2.6 Gestió de la identitat digital
3. Creació de continguts digitals	3.1 Desenvolupament de continguts digitals
	3.2 Integració i reelaboració de continguts digitals
	3.3 Drets d'autor i llicències
	3.4 Programació
4. Seguretat	4.1 Protecció de dispositius
	4.2 Protecció de dades personals i privadesa
	4.3 Protecció de la salut i el benestar
	4.4 Protecció del medi ambient
5. Resolució de problemes	5.1 Resoldre problemes tècnics
	5.2 Identificació de necessitats i respostes tecnològiques
	5.3 Utilització creativa de tecnologies digitals
	5.4 Identificació de llacunes de competència digital

Per als SCC, resulta essencial dotar als professionals de les eines en matèria d'informació i alfabetització de dades, comunicació i col·laboració i creació de continguts digitals. La primera àrea de competències permet dotar d'habilitats als agents culturals en relació

a la anàlisi i avaluació de la informació digital. Aquesta competència resulta adient a l'hora de millorar l'eficiència del treballadors.

Seguidament, les competències de l'àrea de comunicació fomenten bones pràctiques a l'hora de treballar online, tant a nivell nacional com internacional, així com promoure activitats culturals participaves a través de les xarxes. Darrerament, les competències en matèria de creació de continguts digitals són cada vegada més importants a l'hora de generar identitats virtuals de les organitzacions i adquirir coneixements sobre drets d'autor i llicències. Per últim, també seria necessari formar als professionals culturals en l'àmbit de la utilització creativa de tecnologies digitals per promoure dinàmiques innovadores que vinculen cultura i tecnologia.

En definitiva, Europa necessita professionals intel·ligents digitalment que puguin innovar i liderar l'ús de les TIC aplicades a l'àmbit cultural. L'adquisició de noves habilitats és vital per mantenir el ritme de creixement econòmic i siguin capaços de consolidar-se com a sectors estratègics a l'àmbit europeu.

4. Competències en els processos de comunicació

Les activitats culturals es donen en contextos molt diversos i són producte de la col·laboració entre professionals de diferents àmbits professionals, com gestors, artistes, tècnics o empresaris. Aquest fet dificulta les dinàmiques de treball en equip, coordinació i cooperació. Conseqüentment, és necessari formar als agents culturals en capacitats de comunicació tant a nivell tècnic (tècniques de màrqueting i publicitat, anàlisi de mercat, plans de comunicació, comunicació digital) però també en habilitats relacionals i de comunicació intercultural. Les persones treballadores culturals cada vegada més s'enfronten al treball en xarxes internacionals, a la realització de projectes de cooperació i a obrir-se espai en mercats internacionals.

L'èxit de l'acompliment cultural depèn en gran mesura de la confiança i comprensió mútua que es dona entre els actors involucrats. Aquests elements configuren la qualitat de la comunicació en les organitzacions i projectes culturals, així com l'ambient de treball i ajuden a construir significats compartits. Problemes derivats de malentesos, barreres lingüístiques o d'una manca d'habilitats per escoltar i percebre les expectatives dels altres companys de projecte suposen obstacles a la pràctica cultural contemporània.

És per això, que per aconseguir una major capacitat de comunicació entre els membres d'un equip de treball, ja siga a nivell estatal o internacional, es necessari una sèrie de competències com estar atents a l'elecció del llenguatge i els protocols de comunicació, així com estar disposats a aprendre i utilitzar el llenguatge dels nostres socis. També els treballadors culturals han de ser hàbils a l'hora d'observar senyals indirectes i interpretar-los en diferents contextos culturals, així com saber utilitzar varietats d'estils i registres per comunicar els productes i treballs realitzats per les organitzacions culturals.

Si es vol fomentar la sostenibilitat dels projectes culturals a través de nous models de negoci, com incrementar el finançament privat o la venda de productes culturals, resulta fonamental que els professionals culturals tinguin eines per poder comunicar el seu treball a altres socis, com competències en màrqueting, publicitat o comunicació digital. També, és beneficiós habilitats que els permeten posar en rellevància el paper social que juguen a l'hora de generar riquesa, impacte social i construcció de valors comuns.

Finalment, altre aspecte on cal millorar les competències entre els treballadors culturals és en la construcció d'equips i jerarquies. La investigació indica que hi ha una manca de cohesió entre els professionals culturals i això és un dels factors clau que fan que els equips multidisciplinaris siguin menys efectius.

Taula 8. Competències Gestió de la Comunicació. Font: elaboració propia basat en la proposta realitzada pel Global People Competences Framework 2014 (Spencer-Oatey & Stadler, 2009).

ÀREA DE COMPETÈNCIES	COMPETÈNCIES
Comunicació Interrelacional	1.1 Gestió de la Comunicació
	1.2 Aprenentatge d'idiomes
	1.3 Escolta activa
	1.4 Construcció d'un coneixement compartit i confiança
	1.5 Ús flexible d'estils de comunicació
Habilitats Tècniques en Comunicació	2.1 Màrqueting
	2.2 Publicitat
	2.3 Comunicació Digital
	2.4 Elaboració de Plans de Comunicació
Habilitats Relacionals	3.1 Integrar personal amb diferents procedències
	3.2 Habilitats en la construcció de relacions
	3.3 Sensibilitat cap a contextos socials
	3.4 Habilitats en relacions interpersonals

5. Competències entre les relacions entre ciència, art i cultura

La creativitat està a l'espai central dels esforços tant de científics com dels artistes. Com a tal, la majoria de les associacions entre ciències artístiques situen la creativitat i la innovació intersectorial en el nucli de la seva col·laboració. Més que això, la importància de l'observació en ambdues disciplines proporciona un terreny fèrtil comú per a la col·laboració. Finalment, sovint desconegut i impossible de reproduir, el paper de *serendipity* en els esforços científics i artístics crea una situació en què els diferents socis estimulen la innovació amb noves preguntes i perspectives. Les col·laboracions entre arts i ciències poden tenir múltiples formes i servir a diferents propòsits com les següents:

1) Ciència/art com a inspiració per a art/ciència. La col·laboració es produeix principalment en la fase de recerca i desenvolupament. L'entrellaçament es refereix principalment a la investigació bàsica, la investigació aplicada, el prototipatge i el desenvolupament de productes. El fonament d'aquesta col·laboració està fortament

enriquit en la idea que una notable hibridació de competències de molts professionals creatius en el camp de la tecnologia i les arts poden contribuir a les innovacions intersectorials al "límit" dels límits de la indústria en les funcions anteriors de la cadena de valor (EC, 2015).

Els actors solen involucrar centres de recerca i desenvolupament, universitats, organitzacions corporatives i governamentals, que o bé acullen artistes o proporcionen un marc institucional per a la comunicació entre artistes i investigadors / enginyers. Exemples institucionals de bona reputació que fomenten la col·laboració entre arts i tecnologia a Europa inclouen *Ars Electronica Linz* a Àustria, amb un enfocament particular en la innovació industrial (en col·laboració amb socis de la indústria com Daimler, Intel, Siemens i Toshiba);

2) El art como a eina eficient de comunicació i visualització científica i es refereix principalment a la valorització estètica o social de la ciència. Això s'aconsegueix principalment mitjançant l'ús d'artistes i idees artístiques per part d'organitzacions corporatives o centres de recerca per tal de millorar i qualificar la seva imatge pública, millorar l'acceptació dels nous desenvolupaments científics i comunicar conceptes científics complexos a un públic més ampli. Per exemple, el *CERN* de Ginebra, que consumeix grans quantitats de finançament públic per a acceleradors de partícules amb poc rendiment "tangible" per al gran públic, té un programa de residència establert per a artistes.

3) Ús artístic de la tecnologia. la pràctica artística requereix per disseny o elecció, accés i participació en el desenvolupament de noves tecnologies. Històricament, algunes de les formes d'art han desenvolupat sistemàticament noves cadenes de valor industrial mitjançant l'adopció de tecnologies digitals disruptives, que han culminat en l'aparició de noves arts de la comunicació. Alguns exemples inclouen art digital, gràfics digitals i animació, art virtual, art d'Internet, art interactiu, robòtica informàtica, impressió 3D, *art cyborg* i art com a biotecnologia.

Les col·laboracions sovint prenen la forma d'associacions de valor afegit que contribueixen a activitats de recerca, desenvolupament i / o innovació (per a ambdós socis).

6. Competències en la generació i la gestió de la innovació

Habitualment la literatura sobre innovació s'ha centrat en la investigació d'aspectes tècnics i no ha donat importància a la creativitat i el disseny com a elements que aporten valor afegit al procés d'innovació. No obstant això, des de les dues últimes dècades, els responsables polítics i investigadors estan donant més importància a la combinació de la creativitat i innovació com a elements estratègics per assegurar un creixement econòmic sostenible i millorar la productivitat dels SCC.

Tant la creativitat com la innovació, són conceptes recents, complexos i que encara estan en construcció. La seua implementació en les organitzacions culturals no està absenta de dificultats, tant a nivell de procés creatiu com per fer front a resistències al

canvi o per restriccions de recursos. És per aquest motiu, que el sector públic ha de tindre un rol actiu a l'hora de formar als professionals culturals en matèria d'innovació i creativitat per maximitzar l'eficiència del seu treballs.

Des de l'UNESCO, la innovació es defineix com l'explotació exitosa de noves idees, es a dir, consisteix en la creació i modificació de les formes en que ens relacionem, obtenim coneixement i produïm. Així mateix, el procés d'innovació implica un desenvolupament cognitiu que dona lloc a nous gèneres, models d'organització i comportaments. A l'hora d'aplicar aquests conceptes a la pràctica dels SCC, implica la incidència en els processos de creació artística i en els models de producció, distribució i difusió cultural, així com en l'elaboració de polítiques.

Respecte a la creativitat, encara és un concepte que suposa un grau major de dificultat en la seua implementació. Fins al segle XX, la creativitat es vinculava sols a l'àmbit de les arts. No obstant això, cada vegada més s'investiguen les potencialitats de la creativitat per a àmbits tecnològics o econòmics. Segons l'informe realitzat per ECONCULT, *"La cultura com factor d'innovació econòmica i social"* (Rausell-Köster et al., 2012) es defineix la creativitat com la capacitat, no solament de crear lo nou, sinó de reinventar, diluir paradigmes tradicionals i plantejar solucions per problemes nous i antics. En termes econòmics, la creativitat és com un combustible renovable i la "competència" entre els agents creatius estimula l'actuació de nous productors.

Per altra banda, les pràctiques culturals han servit per posar en relleu el valor afegit de la creativitat com a element clau per desenvolupar capacitats d'expressió i comunicació innovadores ja que proporciona un ecosistema de generació d'idees que serveixen de base per implementar la innovació de manera exitosa. D'aquesta manera, la innovació cultural passa per reinventar les formes d'organització i treball, assumint riscos i renunciant als processos tradicionals. La innovació deriva de la passió dels professionals per generar estímuls emocionals. La creativitat suposa la manifestació de la llibertat d'expressió però també és el lliure accés a la producció de l'ànima humana i valors ètics, estètics i identitaris.

Assumint el paper del sector públic com a un dels principals actors que guien les estratègies d'innovació als SCC, cal que ens plantejem quin tipus d'innovació volem, quines implicacions té i quines competències són necessàries per assolir-la. Així doncs, cal que s'ha de d'incloure l'element social al procés d'innovació, de manera que els seus productes vegem destinats a resoldre les problemàtiques socials i mediambientals del segle XXI i no sols al creixement econòmic per se. En aquesta lògica, el *Consell Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible* ha publicat al 2016 el marc de competències necessaris per assolir majors graus d'innovació social en les empreses i organitzacions.

Taula 9. Competències per a la gestió de la innovació. Font: elaboració pròpia a partir de les competències proposades al document "Skills for Social Innovation" (The implications of integrating social impact and driving social innovation on how talent is sourced and skills are developed, 2016).

COMPETÈNCIA	DESCRIPCIÓ
Creativitat	Utilitzar múltiples inputs per plantejar noves idees a l'hora de resoldre problemes
Gestionar l'ambigüitat	Manejo del canvi i la incertesa
Visió per als negocis	Àmplia visió dels entorns empresarials i operatius
Motivar als altres	A tots els nivells de l'empresa per treballar col·lectivament
Experiència interpersonal	Connexió social, oberta i adaptable mira cap a la visió més àmplia
Perspectiva	Mirada ampla per abordar un problema o desafiament.
Gestionar la paradoxa	Flexibilitat i adaptabilitat per combinar semblants contraris.

7. Competències en els nous espais de mediació

La mediació cultural és el procés de construcció de ponts entre els reptes culturals i socials i la construcció de noves relacions entre l'àmbit polític, cultural i públic. Comprèn un ampli espectre de pràctiques que van des de les activitats de desenvolupament de l'audiència fins a les arts comunitàries i participatives. El seu objectiu final és fer que cada persona, visitant i espectador sigui un veritable participant/productor i reproductor cultural.

Inicialment, el concepte de mediació cultural es va desenvolupar des d'una perspectiva clàssica de difusió cultural i patrimonial (Quintas, 2014). En les polítiques culturals desenvolupades als anys seixanta, la mediació cultural va encarnar els conceptes d'accés i accessibilitat d'obres i produccions culturals per a un major nombre de persones. A continuació, va evolucionar per incloure activitats que promouien una major participació i expressió ciutadana.

La mediació cultural es refereix a artistes i altres actors socials en l'educació, l'empresa, el governs locals i altres sectors. Mentre que els primers insten a assumir nous riscos canviant el tipus de relació que tenen amb els seus públics, aquests últims estan cridats a fer més espai per a la dimensió cultural en els seus àmbits d'activitat.

La mediació cultural també es concep, finança i practica cada vegada més com una estratègia de desenvolupament social i revitalització. D'aquesta manera, s'adreça a tots aquells que vulguin emprendre un projecte cultural que inclogui la participació ciutadana o que incorpori un enfocament cultural a les seves activitats educatives, treball social, etc.

El fet és que, en general, el sector cultural, coneix molt poc del seu públic digital actual o potencial, o "quota de mercat", al voltant de món, i necessita saber molt més sobre això. Es necessiten habilitats en l'anàlisi del mercat i del consumidor, incloent-hi els

conceptes sociològics i etnològics més conceptuals de l'anàlisi de la formació de cultures, subcultures i "estils de vida". Aquest és un altre exemple de la possible producció d'un acord de col·laboració i col·laboració entre el sector cultural, les universitats i el sector privat

El paper del mediador és fomentar les relacions entre el producte cultural (producció o procés creatiu) i persones. Depenent del tipus de projecte i del seu resultat, serà informatiu i educatiu i proporcionarà acompanyament als participants. El treball del mediador serà redefinit i adaptat a les característiques específiques dels grups destinataris, públics i particulars, i els seus contextos artístics, culturals i socials particulars.

La mediació cultural permet la creació de llocs especials per a artistes i ciutadans i fomenta la interacció personal, l'aprenentatge i el compromís ciutadà. També pot reduir les barreres psicològiques i socials que exclouen determinats grups de ciutadans. L'impacte de la mediació cultural a curt termini és difícil d'avaluar; no obstant això, és important desenvolupar eines d'avaluació adequades per documentar i ressaltar la rellevància, el desenvolupament i els beneficis dels projectes.

Les pràctiques participatives ajuden a desmitificar el procés creatiu a nivell de carrer i en àrees públiques. L'art compromès és el resultat d'un procés de participació ciutadana que implica prendre una posició respecte a situacions que afecten la comunitat. Per als treballadors socials i comunitaris, la mediació cultural és una eina d'inclusió social i una eina d'incorporació de les arts en el sector de la salut i el lloc de treball que ajuda a fer que aquests entorns siguin més agradables per a les persones que hi participen i que participi en projectes col·lectius.

Els projectes es inicien en entorns urbans per diversos actors dels governs municipals, programes socials, comunitats i el sector cultural. A les regions i en els municipis petits, el desenvolupament de projectes ajuda a millorar els entorns físics i socials, contribueix al desenvolupament d'identitats diferents i crea vincles socials.

Les iniciatives dels museus i institucions patrimonials sovint impliquen col·laboracions amb organitzacions comunitàries o institucions educatives. Els projectes de joves poden promoure l'aprenentatge, contribuir al desenvolupament cognitiu dels joves i superar l'exclusió cultural. Finalment, les iniciatives interculturals poden implicar organitzacions que presten serveis a immigrants, institucions amb una alta participació de membres de comunitats etnoculturals i institucions artístiques amb clients canviants.

8. Competències en l'àmbit de la transdisciplinarietat

La convergència entre les activitats culturals i creatives relacionades amb la salut, l'educació o la inclusió social està donant lloc a l'aparició de noves cadenes de valor, que té una estructura relativament diferent tant de la tradicional cadena de valor dels sectors culturals com als sectors de la salut, l'educació i d'inclusió social. Es tracta de nínxols emergents amb demandes en alguns casos globals i que poden suposar ingressos complementaris amb capacitat d'estabilitzar la lògica del treball per projecte, que és el

dominat en els sectors culturals i creatius. Es pot pensar en relacions estables entre companyies de dansa o de arts escèniques i centres de salut mental metre la companya desenvolupa al mateix temps la producció d'espectacles propis. O de músics que combinen el seus concerts amb sessió de musicoteràpia o lluita contra l'Alzheimer.

Detecció de necessitats de formació a partir de les especificitats i la cadena de valor dels SCC

El sector del patrimoni, arxius i biblioteques

Cal destacar que la cadena de valor del sector del patrimoni es una cadena molt vinculada a la dinàmica del sector públic i no ens cap cap dubte que, el principal agent valoritzador del patrimoni a Espanya, és el sector públic i especialment les administracions autonòmiques, com podem observar en la diferents evidències constatades. En elles es pot observar que les CCAA juguen un paper determinant tant en termes de dimensions absolutes (suposaven més del 60% de la despesa pública total) (Rausell et al., 2012), com de creixement abans de la crisi. Les estratègies concretes de les CC. AA. sobre les polítiques de protecció del patrimoni, esdevenen així en elements centrals per explicar les dinàmiques de creixement de l'ocupació en el sector. Des de aquesta perspectiva el ocupats en el sector públic del patrimoni arxius i biblioteques podrien mostrar demandes formatives en camps com:

- *La dimensió tecnològica de les tècniques de conservació i preservació i restauració del patrimoni;*
- *Aspectes relacionats amb les noves propostes de mediació cultural, creació i gestió de públics i audiències, animació d'usuaris, comunicació;*

Un segon vector rellevant per a l'evolució de l'ocupació en el sector del patrimoni és el desenvolupament del turisme cultural. Com hem comprovat en les dades anteriors, el turisme cultural és una de les dimensions de major impacte en l'àmbit de la creació d'ocupació lligada al patrimoni. Resulta indiscutible que el turisme mostra comportaments millors que l'evolució de la resta de l'economia. I especialment el turisme cultural és una activitat emergent a Espanya i amb mot de recorregut encara a la Comunitat Valenciana, i que donats els seus determinants, des del punt de vista de la demanda, és previsible que aquestes circumstàncies persisteixin a mitjà i llarg termini.

Aquestes tendències van a tenir un efecte sobre les capacitacions professionals, exigides de manera que sens dubte s'incrementarà la sofisticació de les eines, ja que vam començar a establir marcs on els processos de valorització del patrimoni, no només han de ser eficaços des del punt de vista instrumental sinó competitius en un entorn on es multipliquen les ofertes. També en aquesta dimensió cal parlar del creixent interès d'Europa per qüestions lligades al patrimoni, tant en les convocatòries del projectes del programa de recerca como en el programes de cooperació interregional (fons FEDER). Per totes aquestes circumstàncies resulta necessari capacitar especialment als que volen incorporar-se a l'ecosistema des de la perspectiva de la iniciativa privada els següent camps formatius:

- *Innovació tecnològica i patrimoni (realitat augmentada, xarxes social, big data...);*
- *Tècniques de gestió (management) i disseny de model de negoci. Creació de nous productes i serveis;*
- *Comunicació i màrqueting;*
- *Disseny de projectes europeus;*
- *Relacions entre Patrimoni, Turisme i Cultura;*
- *Capacitacions lingüístiques;*

Finalment, el tercer vector dinamitzador del mercat de treball, potser de menor impacte, resulta ser la pròpia pressió que exerceixen les propostes formatives en l'àmbit de la gestió cultural del patrimoni. En aquest sentit, l'oferta formativa no només funciona com a estratègia reactiva a les demandes del mercat, sinó que s'origina per lògiques diverses i els "formats" constitueixen un element capaç de generar la seva pròpia demanda, complint la coneguda com "*llei de Say*". Aquesta circumstància pot ser especialment rellevant en aquelles comunitats autònomes de dimensions reduïdes, i amb mercats de treball relacionats amb la gestió cultural, molt estrets però amb ofertes formatives dinàmiques. El model formatiu, per tant, no serà neutral i resulta essencial incorporar aquelles capacitats que, tenen a veure amb l'eficiència en la gestió dels projectes.

Perquè quallin aquestes possibilitats és necessari transformar, modificar i millorar totes aquelles variables que afecten la propensió a l'emprenedoria. Segons la percepció dels propis treballadors i treballadores del sector del patrimoni (Rausell et al., 2012), els factors que milloren en major mesura l'ocupabilitat són l'experiència, el coneixement d'idiomes i programari específics, la disponibilitat a la mobilitat i la capacitat de treballar en equip. Menor impacte té la formació especialitzada, i la disponibilitat a acceptar salaris menors. D'altra banda, tenen molt poca importància a la utilització dels factors relacionals i cap el factor gènere (Rausell et al., 2012)

Quan es consideren llacunes d'habilitats que poden afectar a la activitat del sector de patrimoni, els empresaris del sector del patrimoni cultural destaquen les següents mancances:

- *Habilitats i capacitats creatives i de gestió dels processos d'innovació;*
- *Habilitats de les TIC;*
- *Màrqueting i comunicació;*
- *Habilitats de recaptació de fons (found raising);*

Al considerar ocupacions que probablement siguin cada vegada més importants per a l'èxit de l'empresa, els empresaris destaquen la recaptació de fons i el màrqueting com a funcions clau. Les habilitats d'educació, gestió i TIC també es consideren més propenses a tenir una importància creixent.

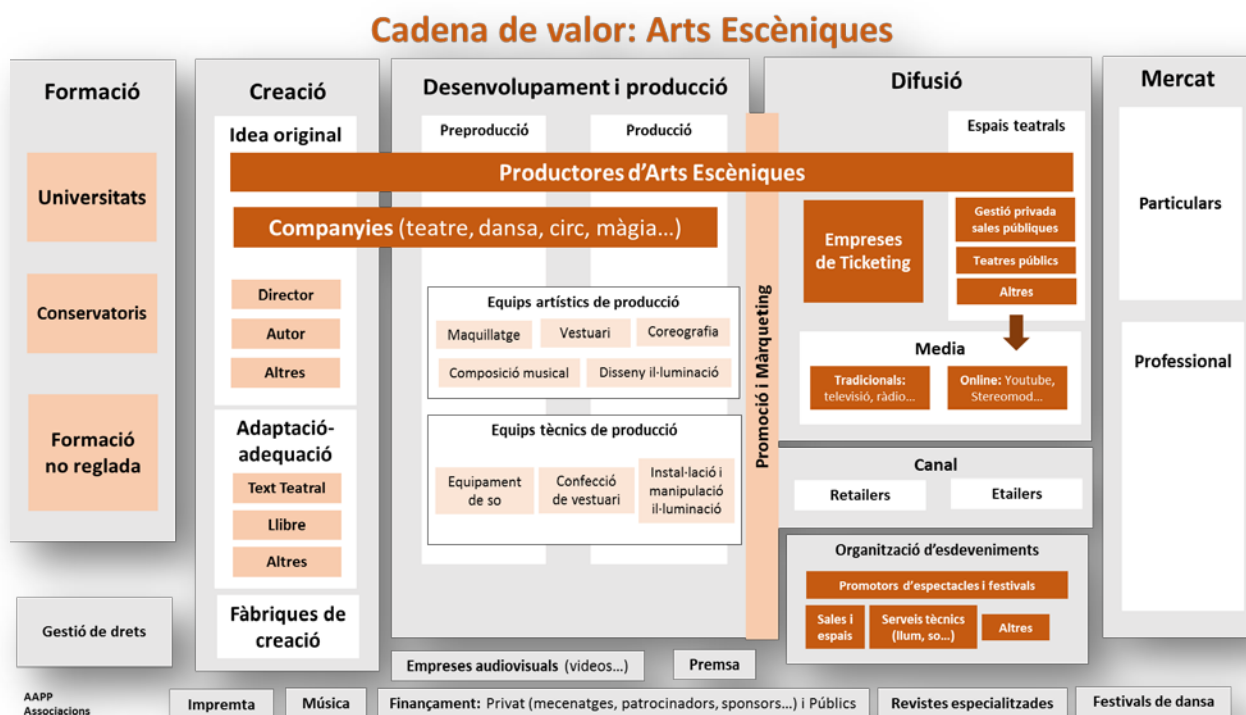
El sectors de les Arts

Les cadenes de valor de les arts són força sofisticades i requereixen de nombrosos processos de mediació entre el procés creatiu i la intervenció del

consumidor/participant/públic en el procés de gaudi de l'obra creada. A les següents il·lustracions es poden comprovar la varietat i complexitat dels agents que participen a la cadena de valor. És evident que cadascun de les baules té demandes formatives notablement diferenciades

Arts escèniques

Il·lustració 2. Cadena de Valor de les Arts Escèniques. Font: elaboració pròpia.



Tenint en compte que aquest treball no es centra en les necessitats de formació que requeriria cadascuna de les professions que apareixen en la cadena de valor de l'activitat escènica, podríem destacar que al sector de les arts escèniques valencià i donat el raquitisme de la seua dimensió empresarial, i obligant a les multi-funció, les mancances es trobem principalment en:

- *Habilitat i capacitat gerencials per al disseny i la programació de projectes;*
- *Habilitats i capacitat per a activar processos d'internacionalització;*
- *Habilitats i capacitat per a la gestió, fidelització i ampliació de públics;*
- *Utilització de les noves tecnologies, les tasques de comunicació o en habilitats referents a la gestió empresarial i l'empreniment;*

La escassa grandària de les empreses dificulta els processos d'especialització i no s'acaben d'aprofitar els recursos existents. Tampoc hi ha un ús eficient de la comunicació degut principalment a la infrautilització de les noves tecnologies. Amb les que es podria donar més publicitat a través dels diferents mitjans de comunicació o de les xarxes socials tant per al públic habitual com per al que acudeix de manera ocasional. D'altra banda, i vinculat a l'anterior, cal tenir en consideració les habilitats d'emprenedoria

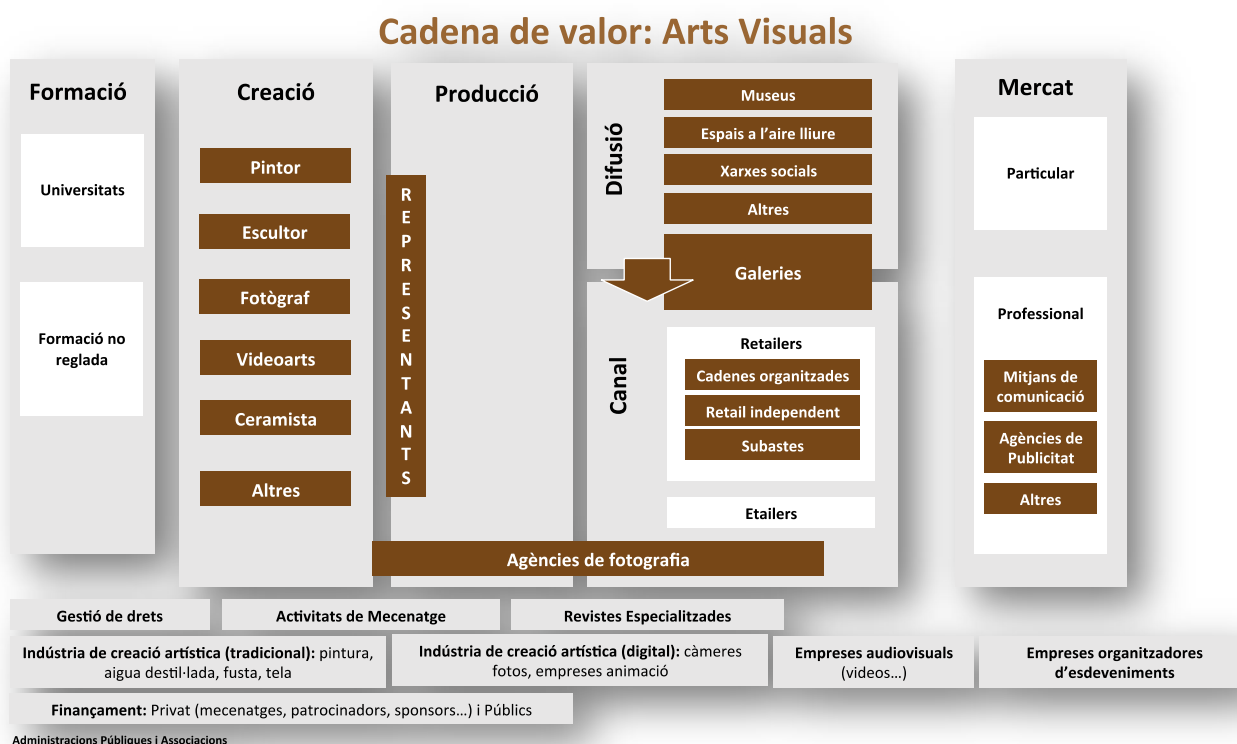
general, les quals estan totalment separades de la formació existent en el sector i que són un pilar fonamental per al desenvolupament i manteniment de les empreses (Colomer, 2011)

Per a moltes d'aquestes els equips de treball han de ser interdisciplinaris i cada treballador ha de tenir competències en diversos camps, tant en la seva especialitat com en competències rellevants que li permetin desenvolupar-se en l'ambient laboral actual (tecnologies, empenedoria, autogestió, finançament, etc.); per això, aquestes competències rellevants s'haurien d'incorporar en els plans d'estudi. D'aquesta manera, és necessària la formació de professionals amb "perfils T" (que combinen coneixements especialitzats en una àrea de competència amb capacitats transferibles).

Arts visuals

En els camps d'arts visuals, la cadena de valor mostra una major simplicitat

Il·lustració 3. Cadena de valor de les Arts Visuals. Font: elaboració pròpia.



Segons les darreres dades sobre la situació del artistes visual a la CV, hi ha una alta activitat professional d'artistes de la Comunitat Valenciana, el 81'4%, dels artistes enquestats, ha exposat en els 2 últims anys. Però el 57% d'ells ingressa menys de 8.000 €. El 77'3% de les obres d'art que es venen a la Comunitat Valenciana costen menys de 1.000 €. No obstant això, més del 43% d'ells es declara desocupat i el 27'2% és autònom.

Quasi la meitat dels artistes d'aquesta comunitat està associat, a l'actualitat, a una organització professional (Pérez-Ibañez & López-Aparicio, 2017). Les necessitat formatives es concentren en:

- Competències digitals;
- Finançament, negociació / habilitats comercials i de promoció;
- Gestió de la pròpia carrera artística (autogestió, innovació i empeniment);
- Drets, deures legals i contractuals, propietat intel·lectual;

Per respondre a la necessitat de tenir presència a la web, social media, fer servir eines en línia per a activitats de màrqueting i divulgació (*free press*, social mitjans, streaming en viu de les seves presentacions per donar difusió a nivell transfronterer, arts digitals, etc.). Finalment hi ha una fallida en digitalitzar els materials promocionals i de trajectòria

que tinguin i puguin lliurar com a eina de difusió en diferents espais de producció i promoció artística.

Si bé històricament les habilitats de venda i negociació en les arts ha pertangut a un sector específic com els marxants d'art, mànagers i productors, avui dia la gran quantitat de petites companyies d'arts escèniques, visuals i artistes autònoms fa que hagin de obrir-se camí en un mercat molt competitiu i cada vegada més individualitzat pel que fa a gestió. Hi ha una necessitat important en saber estratègies de comunicació i màrqueting d'art, neurolingüística i idiomes. Així mateix hi ha una bretxa en saber on anar per oferir les seves produccions i no perdre esforços i temps valuós (rodes de negoci, convocatòries, xarxes, còctels, etc.) Aquestes habilitats es veuen creuen directament amb una altra bretxa que enunciaré més endavant (Gestió i autogestió) on els artistes han d'aplicar aquestes competències de manera efectiva i sense mediadors.

L'autogestió, tan popular avui en dia, també obeeix a saber de primera mà sobre convocatòries locals, nacionals i transnacionals, així com canals de finançament públic i privat, convocatòries de cooperació internacional, entre altres mitjans per aconseguir recursos segons l'envergadura a la qual es pugui aplicar. Fins aquí és una bretxa senzilla de solucionar ja que els mitjans digitals que manegen els ens que facin aquestes convocatòries permeten mantenir-se informats de manera immediata i equànime sobre totes les seves notícies i open calls; la bretxa en realitat es fa aquí més complexa ja que no és simplement assabentar d'on i quan participar, és saber com generar els documents requerits i els elements gràfics i multimèdia que han de presentar a aquestes convocatòries, aquí novament es creua la bretxa d'aptituds digitals i tecnològiques.

Aquesta bretxa té implícita la innovació ja que el sector és dinàmic i està en expansió i renovació constant per la seva capacitat creativa, el que farà que els artistes estiguin contínuament en un mutació, no només en les seves produccions sinó també en el valor innovador i diferent que els defineixi i distingeixi d'entre els altres, però: Com estar al corrent de tendències i canvis en el món?, de quina manera s'està innovant i no copiant?, Com donar a conèixer idees i produccions al món?, es pot estar en comunicació constant amb altres artistes al voltant del món i poder crear en xarxa?

En les arts en general hi ha una bretxa en el saber aplicar els drets i deures a nivell laboral, aquí és important ressaltar la informalitat en els tipus de contractació, si és que n'hi ha, i les exigències diferents que suposa una producció artística. En les arts escèniques i visuals per exemple, s'han de tenir en compte els temps de creació passiva (sense dur a terme assajos o performances), assajos, producció i post producció; les companyies, grans o petites han de saber com calcular salaris, contribucions de seguretat social, impostos, costos laborals i assegurances (i a qui li correspon pagar-los segons el cas).

També hi ha una bretxa pel que fa a drets d'autor i propietat intel·lectual, saber l'ús adequat de produccions de suport no pròpies, què s'ha de fer si tenen propietat intel·lectual i de reproducció restringida, com accedir a material amb drets comuns, què

són les *creative commons*, entre d'altres aspectes molt ignorats i importants de saber manejar. En aquest sentit també es troba una bretxa al no conèixer els drets d'autor i com beneficiar-se a través d'aquests amb produccions pròpies. Tots aquests marcs legals són temes desconeguts majoritàriament pels artistes i són temes que encara necessaris, estan lluny de ser compresos pel gremi ja que són complexos i difícils d'entendre si no estan desglossats per a persones que no siguin professionals en dret i lleis.

La Música

La música sí té una cadena de valor molt complexa en la que intervenen molts actors

Il·lustració 4. Cadena de valor de la música.



Però segons els estudis recents, el 72% dels músics professionals del món occidental (Europa, Amèrica del Nord i Austràlia) es guanyen la vida en l'àmbit educatiu. I la resta en tots els altres camps que inclouen la interpretació, la investigació, la gestió, etc.

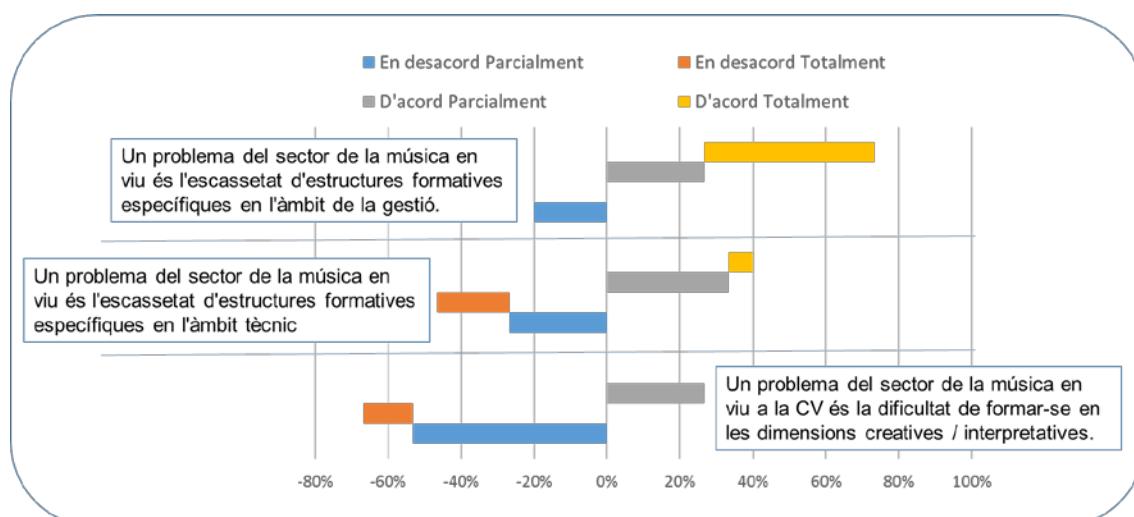
Degut al nostre sistema d'aspiracions, la interpretació és el camp professional preferit, el més atractiu, el somni daurat per a qualsevol amant de la música. I aquesta primera confrontació amb la realitat la solem viure amb certa frustració. Ens hem preparat durant els estudis per exercir la professió com a intèrprets i la nostra formació s'ha centrat gairebé exclusivament en aquest terreny; però, la majoria vam acabar fent classes en instituts, col·legis i conservatoris.

Tot i que no tenim estudis específics sobre les carències en termes de formació del sector de la música, quan es consideren llacunes d'habilitats que poden afectar el seu

negoci en el futur, els empresaris del sector de la música a UK prediuen que les habilitats digitals, el processo de comunicació i venda en línia i les capacitats creatives seran potencialment problemàtiques en el futur. Al considerar ocupacions que probablement siguin cada vegada més importants per a l'èxit dels projectes musicals, els empresaris destaquen les TIC i el màrqueting com a funcions clau. També es considera que la gestió i el comerç minorista / vendes tindran més importància (*Creative and Cultural Skills: Sector Skills Assessment for the creative and cultural industries An analysis of the skills needs of the creative and cultural industries in the UK*, 2010).

D'acord amb les discussions sectorials realitzades per al pla estratègic de cultura "Fes Cultura" a les darreries de 2015, pel cas específic de la Comunitat Valenciana la primera carència es detecta és l'escassetat d'estructures formatives específiques en l'àmbit de la gestió, metre que en aspectes tècnics hi ha un posicionament ambigu i en l'àmbit creatiu pràcticament el 70% no detecta problemes en les estructures actuals de formació.

Taula 10. Posicionament respecte a les necessitats formatives general. Font: Materials del projecte "Fes Cultura".



Així podem derivar algunes possibles demandes formatives en els camps:

- Gestió legal d'autoria i propietat intel·lectual;
- Organització de festivals i altres esdeveniments musicals;
- Gestió de la carrera professional (comunicació, management);
- Internacionalització;
- Aplicació de les tecnologies de la informació al negoci musical;

Cal dir que una part d'aquesta oferta formativa ja existeix al mercat valencià¹² l'estratègia per tant seria ampliar-la des del punt de vista de l'accessibilitat geogràfica i econòmica.

¹² Per exemple el *DIPLOMA DE ESPECIALIZACIÓN EN GESTIÓN EMPRESARIAL DE LA MÚSICA* de la Universitat de València o els cursos oferits per l'escola privada de musica *Berklee School*.

També resulta molt important, com a nínxols possibles de creixement professional, totes les connexions transdisciplinars entre música i salut, educació o inclusió social. Així proposem un camp formatiu amb les connexions:

- *Música i salut;*
- *Música i inclusió social;*
- *Música i educació;*
- *Innovació pedagògiques per a la formació musical;*

Les indústries culturals i altres creacions funcionals

A) Sector del llibre i editorial.

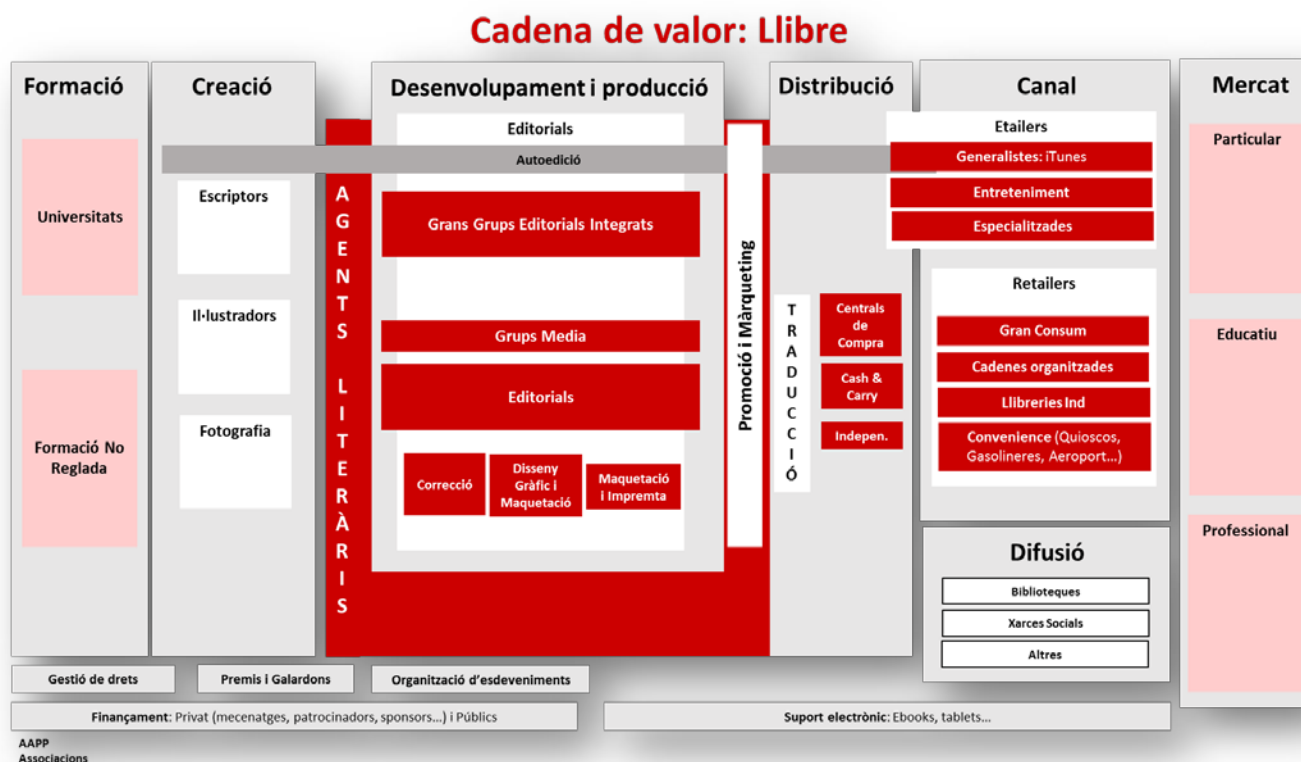
L'evolució de l'edició de llibres a Espanya en el context internacional, mostra certa resistència del paper i obri tot un horitzó d'optimisme cap a les potencialitats digitals. Optimisme relatiu en tot cas, perquè en el seu recorregut analític apareix la necessitat imperiosa d'adaptació no només a nous models de negoci sinó a nous hàbits de consum i d'expectatives d'experiència dels usuaris, de nous llenguatges expressius i nous continguts que els editors estan enfrontant en molt escassa mesura encara (Bustamante et al., 2017).

En la societat actual de limitada atenció en què vivim, els autors i editors han d'entendre que la lectura d'un llibre de paper competeix contra una immensitat de continguts auto-editats, així com un ampli ventall d'opcions d'entreteniment i accés al coneixement a través de Internet. Si volem que el món del llibre tingui un paper rellevant en la societat digital el sector ha d'oferir una millor experiència de descobriment, compra i lectura a Internet, concórrer amb preus més competitius en línia amb les altres ofertes d'oci, així com oferir la possibilitat de compartir l'experiència de lectura -que no és el mateix que compartir el producte en si mateix- amb altres persones amb les mateixes afinitats culturals (Bustamante et al., 2017).

En aquest context de transformació, el món del llibre hauria de tenir en el seu ventall d'opcions formatives aquelles relacionades amb les següents tendències:

- *Reconfiguració de les editorials en empreses de continguts més enllà de llibres. Formació en la redefinició dels models de negoci;*
- *Anàlisi de dades Big data: anàlisi del comportament de l'usuari per millorar els serveis creats al voltant dels continguts;*
- *El negoci digital;*
- *Les vies d'internacionalització de la producció editorial. Treball en xarxes;*

Il·lustració 5. La cadena de valor del sector del llibre.



B) Sector Audiovisual.

La confluència de la revolució digital i la d'Internet transmuta el panorama de la indústria televisiva, modificant l'*estatu quo* i obrint una plèiade d'oportunitats que donen lloc a canvis en la producció, la distribució i el consum dels continguts televisius. Aquests canvis afecten els models de negoci tradicionals que es veuen obligats a tornar a situar les estratègies enfront de l'emergència de nous models que alteren la cadena de valor.

El sector audiovisual a Europa en el que s'ha d'inserir el ecosistema valencià, s'enfronta a diversos reptes. En resum, els reptes són com aprofitar la globalització, com interioritzar la revolució digital que requereix noves habilitats i finalment la reestructuració i recuperació de la indústria audiovisual a la llum de la crisi econòmica i financera en general i la catastròfica circumstància del tancament del sistema comunicatiu públic a la Comunitat Valenciana.

Pel que fa a les noves necessitat de capacitats, es preveu que, en un futur pròxim la ràpida evolució en la tecnologia digital continuen creant una necessitat de desenvolupar habilitats tècniques i artesanals dels treballadors del sector . El que serà nou és que la combinació d'habilitats tècniques, és a dir, la capacitació múltiple, es farà cada vegada més important a causa de les retallades pressupostàries i les evolucions tecnològiques.

Es preveu que els altres grups d'habilitats siguin més importants, com ara les habilitats empresarials i de gestió. Com que el sector audiovisual ja es caracteritza per una elevada

proporció de micro-organitzacions i autònoms i la seva presència augmenta, cada vegada més, els treballadors audiovisuals hauran de poder gestionar els seus propis negocis.

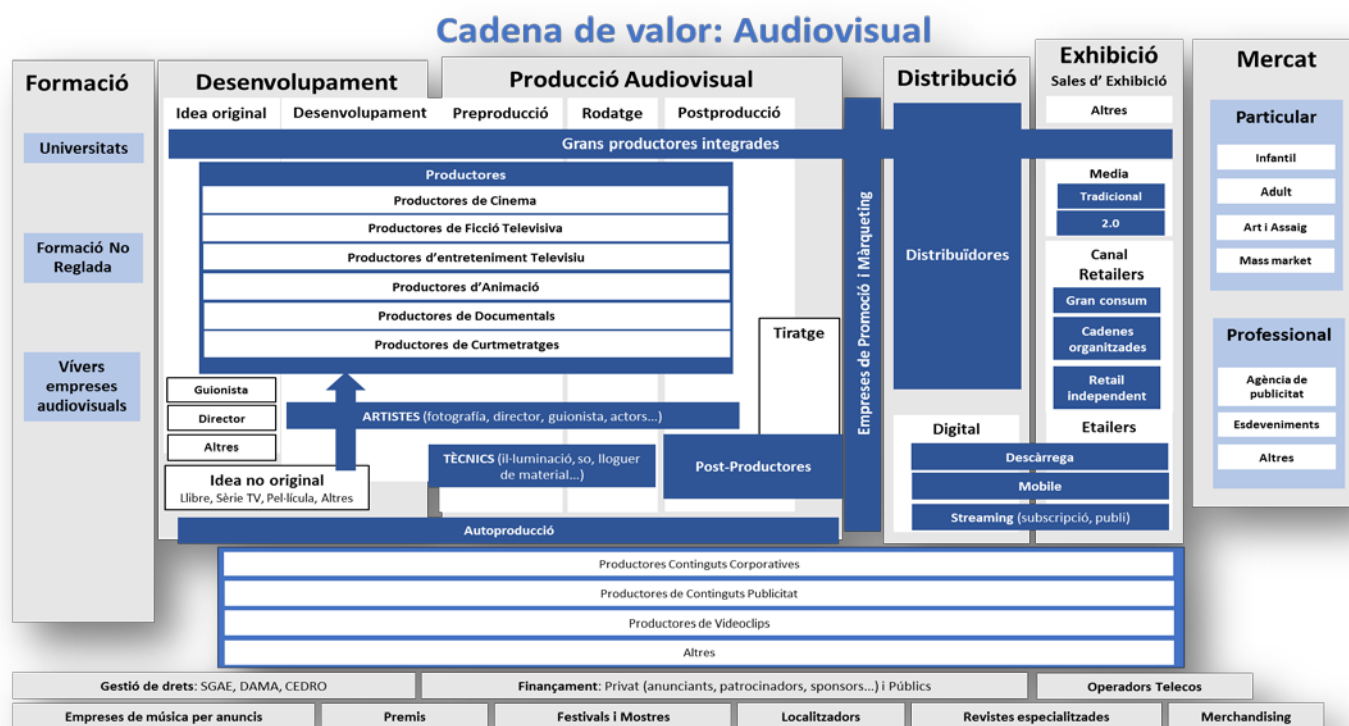
Com que els treballs audiovisuals s'organitzen generalment al voltant dels projectes i la seguretat laboral està disminuint, els treballadors també hauran de desenvolupar habilitats professionals per poder utilitzar les seves habilitats i combinar treballs per mantenir-se ocupats i en el negoci.

Des d'un punt de vista organitzatiu, augmentar la consciència sobre la importància de la formació seguirà sent elevada en l'agenda política ja que molts treballadors i els seus ocupadors no inverteixen (suficientment) en la formació. Encara que el mercat únic audiovisual no està complet (és a dir, el mercat europeu està fragmentat en la indústria audiovisual), en la pràctica, alguns professionals audiovisuals operen molt a nivell internacional.

Per tal d'operar internacionalment i afrontar els reptes als quals s'enfronta el sector, la pròpia comissió europea (Rampton, Carlberg, Voldere, & Coen, 2017) considera prioritària la formació per abordar les següents categories de necessitats d'habilitats:

- *Habilitats creatives i específiques multifuncional orientades a no-especialistes (p.e, creació de guions per a operadors de càmera);*
- *TIC / habilitats digitals;*
- *Habilitats de gestió empresarial;*
- *Lideratge, innovació i emprenedoria;*
- *Habilitats interpersonals, socials i transculturals;*
- *Capacitats lingüístiques;*

Il·lustració 6. Cadena de valor del sector audiovisual.



C) Altres creacions funcionals: Videojocs, Disseny i Arquitectura

En totes elles es podria considerar que ha d'haver-hi una millora de les competències generals anteriorment esmentades, però hi ha algunes activitats que tenen les seves particularitats. Per exemple, en l'educació relacionada amb la cultura, igual que en el sector educatiu en general, cal un major aprofundiment en competències digitals, de comunicació i d'innovació, ja que l'ensenyament segueix sent una activitat bastant tradicional i ha d'adoptar noves metodologies amb la qual comunicar d'una forma més eficient, fet que pot donar-se més fàcilment amb l'adaptació i ús de les noves tecnologies. D'altra banda, el comerç cultural s'ha vist molt perjudicat per la venda per internet de béns i serveis culturals, així doncs, en aquesta activitat, les empreses han de repensar el format de negoci, sent indispensable habilitats d'emprenedoria adaptades a la digitalització i noves formes de gestió.

En el cas de les activitats restants es podria destacar la formació de les competències generals com ara les digitals, de gestió o d'innovació amb què fer front als reptes que es plantegen en l'actualitat.

C1) Sectors videojocs.

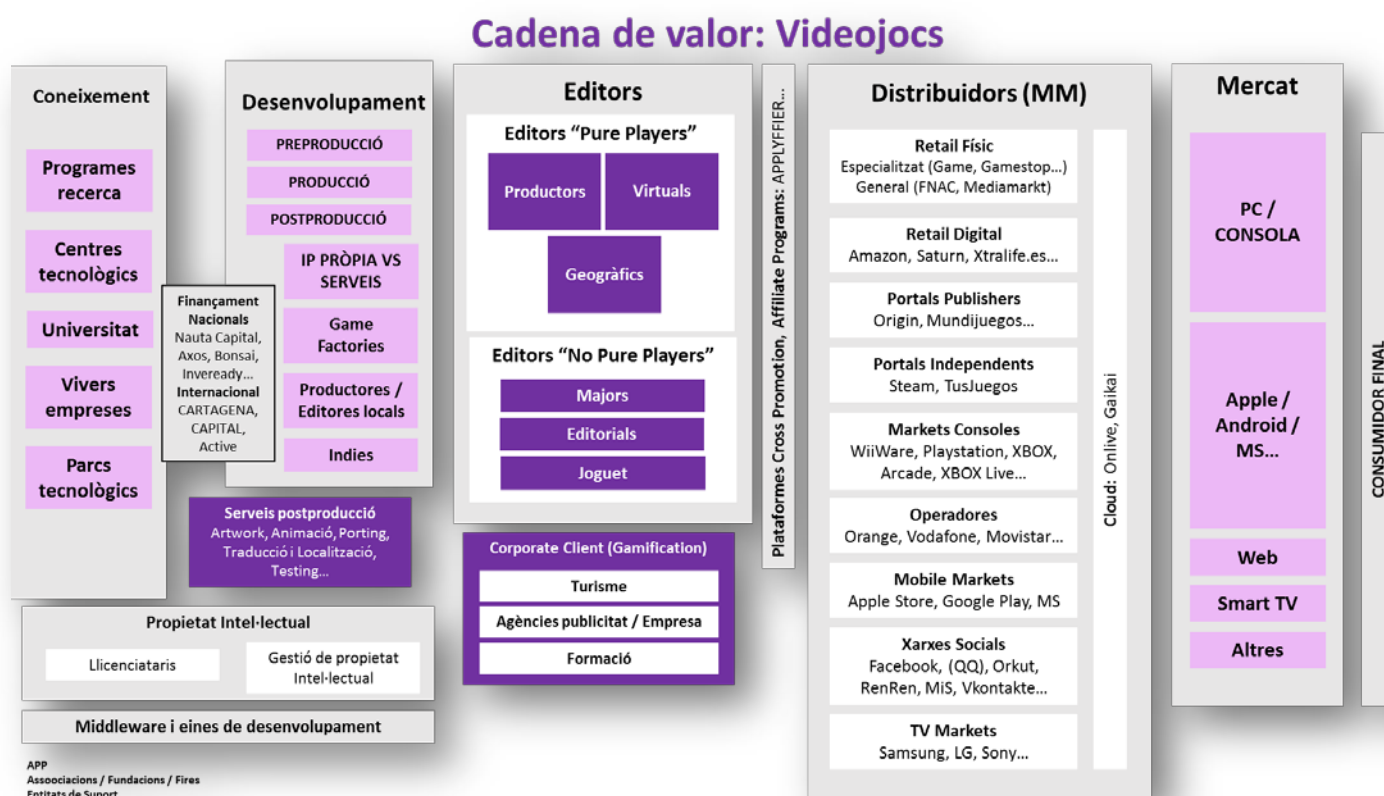
La indústria espanyola del videojoc està mantenint el ritme de creixement de dos dígits que ve experimentant des de fa uns anys. En un escenari nacional en què, després d'uns anys d'una dura crisi, el nombre d'empreses s'ha ressentit, el sector del videojoc ha experimentat un increment, d'un 20%. La Comunitat de Madrid i Catalunya segueixen

confirmant-se com els dos pols principals d'aquesta indústria al nostre país, en concentrar la meitat dels estudis nacionals. Però pel que fa a la grandària de la indústria local són la Comunitat Valenciana, amb un 11% de les empreses, Andalusia, amb un 9% i el País Basc, amb un 7%.

Tal i com assenyalava l'estudi finés *Report on competences and skills needs in the games industry* (Taipale-Lehto & Vepsäläinen), per aprofundir en l'especificació de les competències i les necessitats d'habilitats i prendre nota de les diferents entitats funcionals del sector, cal diferenciar entre creació de continguts, gestió empresarial, tecnologia i connexió amb les demandes:

- *Les competències i habilitats relacionades amb la gestió de la comunitat, el maneig de les relacions socials d'una empresa;*
- *Competències i habilitats relacionades amb la productivitat, convertint una idea comercial en l'activitat productiva, la competència comercial i comercial, la competència de marca;*
- *Les competències i habilitats relacionades amb la escalabilitat del grup objectiu, la capacitat d'adaptar la idea bàsica d'un producte o servei per a diferents grups objectiu;*
- *Competència ètica, ètica professional i observació dels valors ètics del treball*
- *Competències i habilitats d'anàlisi de dades y big data;*
- *Competències relacionades amb les noves tecnologies, ara, per exemple, la competència relacionada amb jocs usables, la competència relacionada amb la tecnologia del sensor i el detector i la realitat augmentada (les tecnologies es desenvolupen amb rapidesa, que requereixen un seguiment continu del desenvolupament);*
- *Les competències i habilitats relacionades amb la gamificació, i el disseny de la gamificació;*
- *Les competències i habilitats relacionades amb jocs seriosos (serious games), amb l'ensenyament i l'educació, el benestar i la salut com a bons exemples;*
- *Habilitats per establir relacions i xarxes, internitzar una mentalitat d'associació*
- *Coneixement cultural, competència multicultural;*
- *Capacitat de treball en equip, capacitat d'utilitzar mètodes àgils de desenvolupament en projectes, habilitats creatives de lideratge organitzacional, competència relacionada amb noves formes de cooperació;*

Il·lustració 7. Cadena de Valor del sector de Videojocs.



C2) Sector dels serveis d'arquitectura.

Tot i el "terrible retrocés" que va patir l'edificació en 2006, en una espiral negativa que va tocar fons en 2014, l'arquitectura està vivint un "canvi d'època" amb oportunitats per al creixement i la innovació. En concret, la prioritat estratègica de fabricació avançada i els territoris d'oportunitat d'ecosistemes, hàbitat urbà i indústries culturals i de la creativitat són les àrees que ofereixen més possibilitats. Espanya és el tercer país a Europa en nombre d'arquitectes (50.000) per darrere d'Itàlia (157.000) i Alemanya (109.000). La taxa d'arquitectes per habitant a Espanya (1,2) se situa en un valor mitjà (1-1,4). El percentatge mitjà de dones en la professió és del 38%.

En el cas d'Espanya, el percentatge és del 28%. L'exercici lliure de la professió en forma d'autònom és el model més estès a Europa, amb un 26% respecte al total. A Espanya aquest percentatge és del 41%. A Espanya el percentatge d'arquitectes que treballa pel compte d'altre està al voltant del 10%. Prop del 7% dels arquitectes espanyols treballen per a l'administració pública. El 26% dels arquitectes porten exercint la professió entre 10 i 14 anys. La mitjana europea per a aquest tram se situa en el 10%. Espanya és també un dels països amb major proporció d'arquitectes joves. El 50% dels arquitectes espanyols té menys de 40 anys.

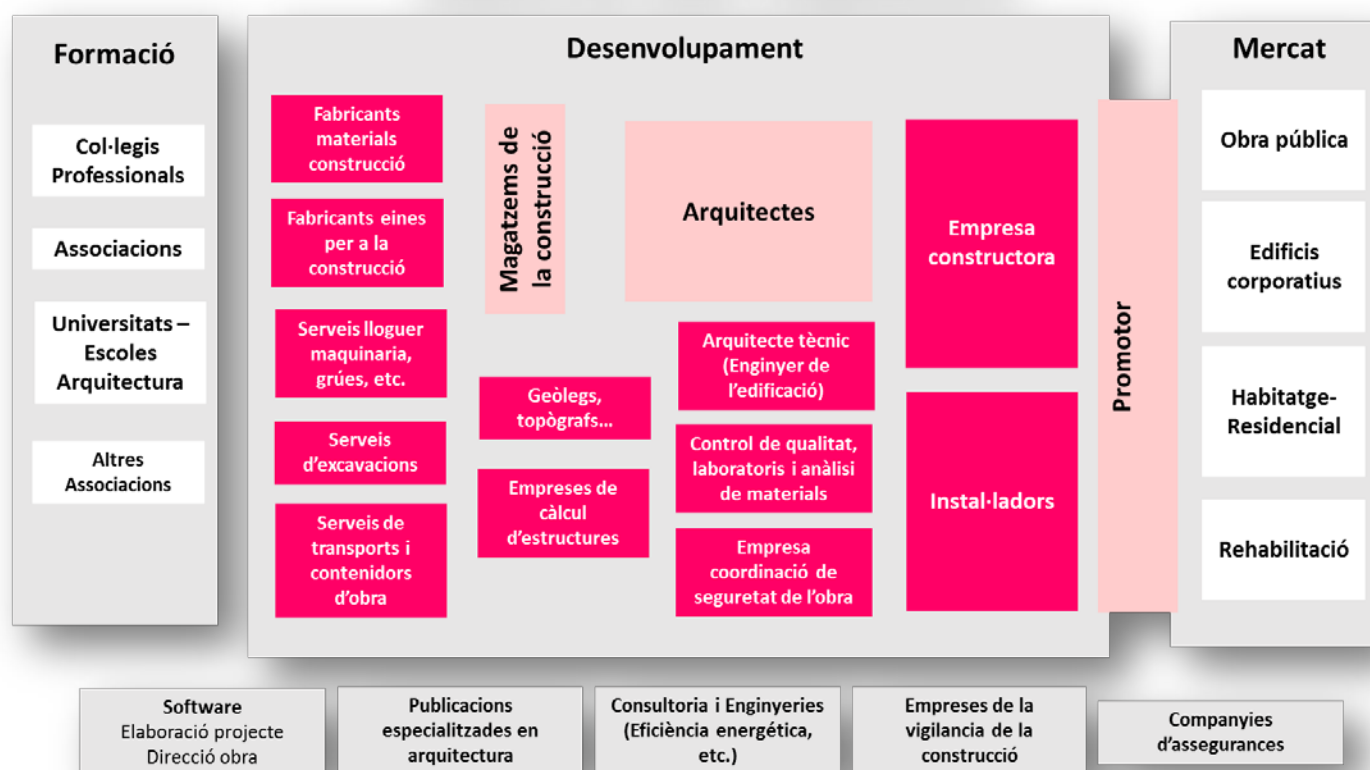
El servei d'arquitectura per tant es troba també en un procés de transformació profunda, tant per les variacions de la demanda com les noves necessitats socials i

ambientals. La reconfiguració del sector de la construcció ens apunta a que les necessitat formatives estarien als següents camps:

- *Ciutat i urbanisme: espai públic, mobilitat, disseny inclusiu, polítiques urbanes;*
- *Participació i paper de l'usuari en el procés de projecte: una mica de sociologia, desenvolupament comunitari, disseny col·laboratiu;*
- *Sostenibilitat en la construcció: Arquitectura bioclimàtica Eficiència energètica, llegeixin en construcció (construcció sense pèrdues ni malbarataments), auditories verds;*
- *Metodologies BIM: És un sistema informàtic que ha irromput al bèstia fa poc i que supera totalment als programes previs plantejant una manera de projectar totalment nou. La Directiva Europea 2014/24 / UE de contractació pública exigeix que tots els països facin totes les seves licitacions a partir de 2018 per metodologies BIM (com esta passant a nivell de masters i postgraus);*
- *Gestió d'actius immobiliaris: vida útil dels edificis, tasacions, certificats de eficiència energètica, inspecció tècnica;*
- *Direcció i organització d'obres: Aquesta és una mancança històrica en els plans d'estudi que no acaben de resoldre els currículums de la formació reglada (càlcul de pressupostos, honoraris, incidències, recepció de materials, responsabilitats civils, assegurances);*

Il·lustració 8. cadena de Valor de l'arquitectura.

Cadena de valor: Arquitectura



Normativa-Legislació (Administracions Públiques)

C3) Sector del Disseny.

L'ús del disseny com a element integrador dins de les empreses s'associa a processos en curs, decisions empresarials i estratègiques, innovació i resultats econòmics, amb l'objectiu de crear productes, serveis, comunicacions, marques i entorns eficients que milloren qualitat de vida i assegurar l'èxit de l'organització. A més, el disseny tendeix a tenir un efecte positiu en l'èxit dels productes innovadors i correlaciona positivament amb altres activitats d'innovació, tant internes com externes. El disseny contribueix així a crear característiques competitives úniques que atenuen la pura competència pel preu, a través del desenvolupament d'identitats i marques empresarials a nivell de producte. Assignant significat i diferenciació en els negocis, assumeix un paper cada vegada més decisiu, com una disciplina molt relacionada amb la indústria i els serveis (incloent-hi els serveis públics) en la incessant recerca de solucions a la societat.

En termes de volum de negoci, el sector del disseny especialitzat, segons les darreres dades disponibles del 2011 podrien arribar, a la Comunitat Valenciana, a una xifra del 6,9% del total nacional.

Respecte a les necessitats formatives cal assenyalar que acotar la definició de la figura del dissenyador/a com a professional, és cada vegada més difícil. L'evolució de les tecnologies i el sorgiment de noves necessitats fa que la professió i les tasques del dissenyador evolucione i es transforme dia a dia amb elles. Fa temps que vam deixar enrere al dissenyador que es dedicava exclusivament a dissenyar peces impreses, però l'objectiu de comunicació segueix vigent. També és cada vegada més evident la relació entre el disseny com a procés i la innovació.

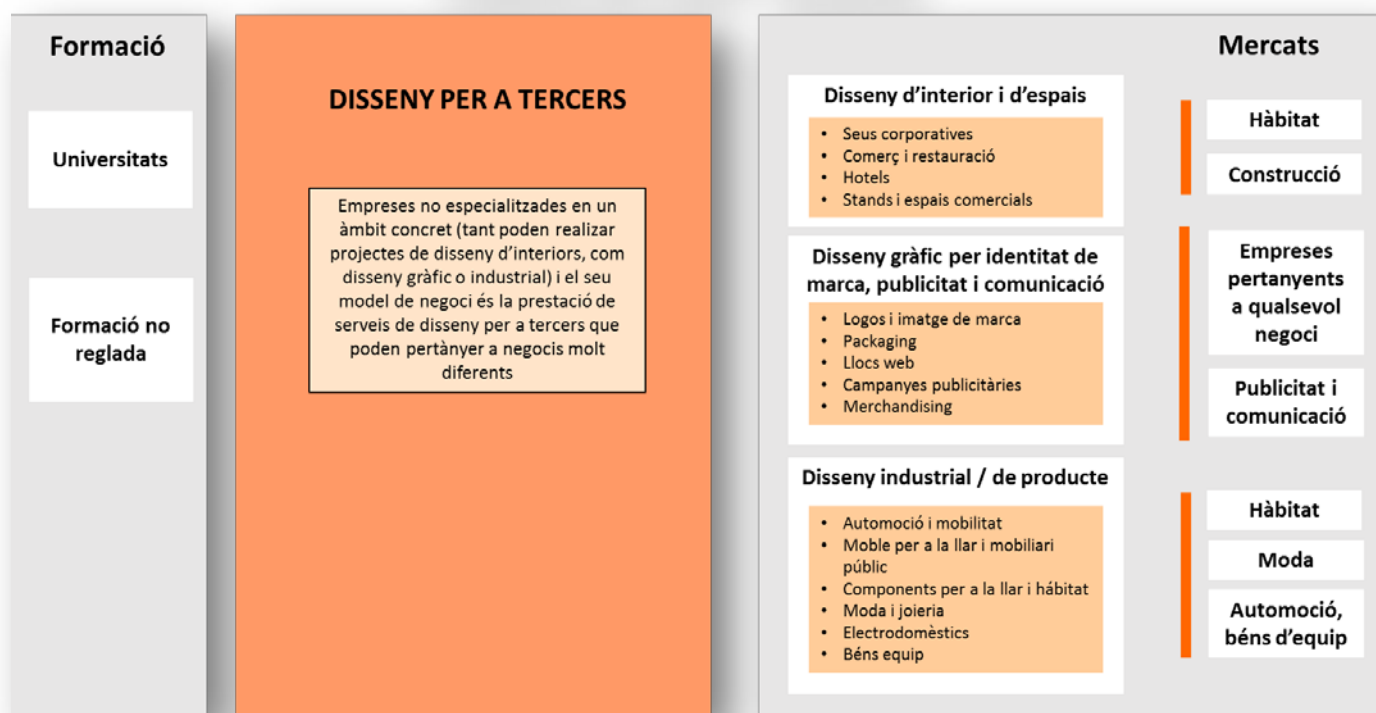
El 23 de setembre de 2013, la Comissió Europea va publicar el document de treball "Implementació d'un pla d'acció per a la innovació impulsada pel disseny". En ella, la Comissió proposa que el disseny es consideri una important font d'innovació i suggereix que tots els Estats membres busquin implementar les recomanacions proposades. Així un espai emergent és la incorporació del disseny com a eina permanent d'innovació. Des d'aquesta perspectiva es poden assenyalar alguns camps que requeririen:

- *Coneixement d'altres disciplines i camps artístics;*
- *Habilitats i capacitats per a adequar el disseny a l'economia circular;*
- *Capacitats per integrar els processos de disseny en les dinàmiques d'innovació;*

També el sector del disseny en general es un sector que no és percebut pels sector productius valencians, donada la seua dimensió, com a proveïdor de solucions per a millorar la productivitat, la captació de nous mercats o l'apropament a demandes específiques. És per això que els professionals del disseny deuen de reforçar capacitats com:

- *Comunicació, comercialització de serveis i relació amb els clients;*
- *Coneixement i anàlisi dels sectors productius per a detectar noves necessitats;*
- *-Competències bàsiques treball en grup, de resolució eficaç de problemes i treball sota condicions d'estrès o tensió;*

Cadena de valor: Disseny



4. Consideracions finals

L'economia cultural d'Europa es basa en la seva història: la regió gaudeix d'una concentració única d'institucions patrimonials i artístiques. Europa és una destinació cultural de primer ordre que atrau el 52% dels turistes internacionals. Set dels 10 museus més visitats del món són europeus (tres a París, dos a Londres) i 30 de les 69 "Ciutats creatives" de la UNESCO són europees. Els governs de la UE28 van dedicar prop de 68 mil milions de dòlars per a la promoció del sectors culturals i creatius. Des de l'any 2008, la despesa pública en serveis culturals ha caigut un 1% anual de mitjana. L'economia cultural europea també es basa en una força de treball amb una forta concentració de creadors -500.000 escriptors, un milió de compositors i una xarxa de més de 5.500 escoles d'art i cultura. Europa és el segon mercat mundial dels sectors culturals i creatius (SCC) després d'Àsia.

Un estudi de "Cultural Times" estima que la Unió Europea crea el 32% dels ingressos globals dels SCC i el 26% dels llocs de treball dels SCC a tot el món. Nombrosos estudis han demostrat que aquest camp és un dels més sostenibles en temps de crisi i pot adaptar-se més fàcilment a les condicions canviants. Segons Eurostat, el 2015 el sector cultural representava el 2,9% del total de la mà d'obra europea. El conjunt dels SCC representen al voltant del 4% del PIB europeu i dona feina a 8 milions de persones (Comissió Europea, 2017). Els SCC són un actor important en el context econòmic i polític, i la seva força rau en la seva capacitat per fomentar tant la competitivitat com la inclusió en diferents àmbits empresarials, encara que el seu desenvolupament futur encara troba alguns obstacles.

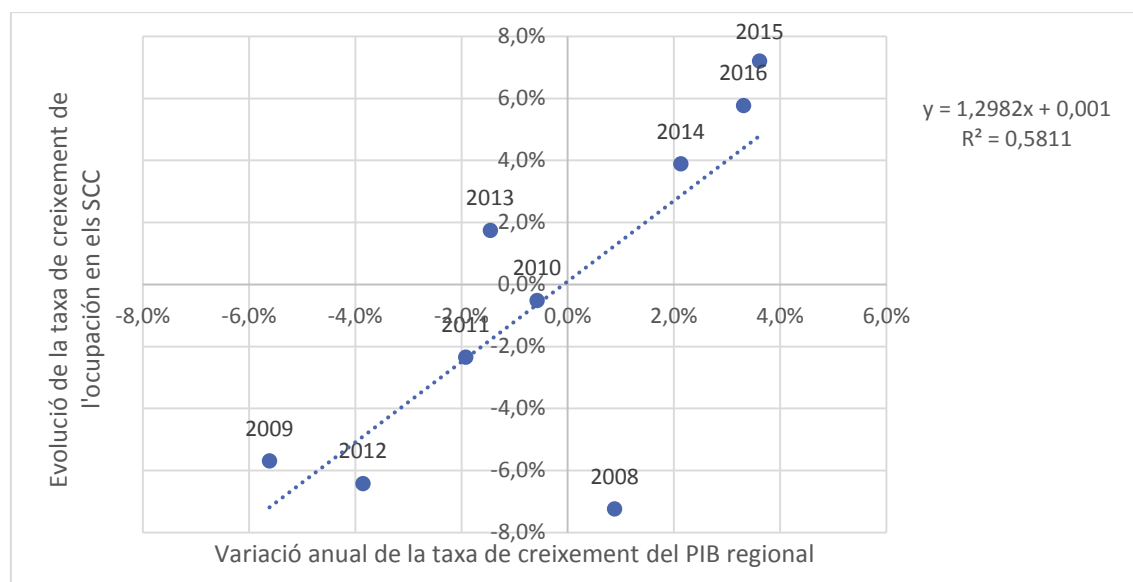
En els últims anys, la Unió Europea ha posat en marxa una sèrie d'iniciatives per donar suport i promoure els SCC. A més dels 1.500 milions d'euros del *Programa Europa Creativa*, aprovat en el marc del *Pla de Treball per a la Cultura 2015-2018*, la Comissió Europea va aprovar al maig una estratègia per a les relacions culturals internacionals basada en la comunicació "La cultura en el cor de les relacions internacionals". D'altra banda, en el document d'informació per a la cimera de líders europeus a Suècia (novembre de 2017), la Comissió va convidar als Estats membres a incloure als SCC en el sistema educatiu, reforçar la seva posició en el mercat econòmic i facilitar l'accés als fons de posada en marxa disponibles. La Comissió Europea va establir els següents ambiciosos objectius per a 2025: impulsar el mecanisme de garantia de l'Europa creativa, posar en marxa l'estratègia *Digital 4 Culture* i actualitzar l'*Agenda Europea per a la Cultura*.

Tot i les nombroses iniciatives positives adoptades per la UE, la capacitat dels SCC no s'aprofita plenament, sovint infravalorats i mancats de suport concret de les autoritats regionals, nacionals i internacionals. Alhora, el sector cultural està experimentant canvis considerables a causa de la revolució digital. La legislació lluita per seguir aquestes circumstàncies canviants i el potencial dels SCC segueix bloquejat pels requisits burocràtics i administratius, la manca de dades i l'escassa coordinació intersectorial. Això planteja reptes en l'àmbit de la protecció dels drets d'autor, les possibilitats de

formació i l'harmonització del mercat. La cadena de producció de valor dels SCC, des del moment de la creació, a través de la producció i la reproducció, la promoció i la comercialització, la distribució i l'accés al consum, tant en mercats locals com globals, ha estat, dramàticament transformada en les últimes dècades per tecnologies, plataformes, noves habilitats pràctiques i conceptuals formals i informals i nous públics, comunitats i xarxes transnacionals / globals d'usuaris / consumidors i creadors / productors que es desenvolupen en l'economia digital i creativa (Mercer, 2011).

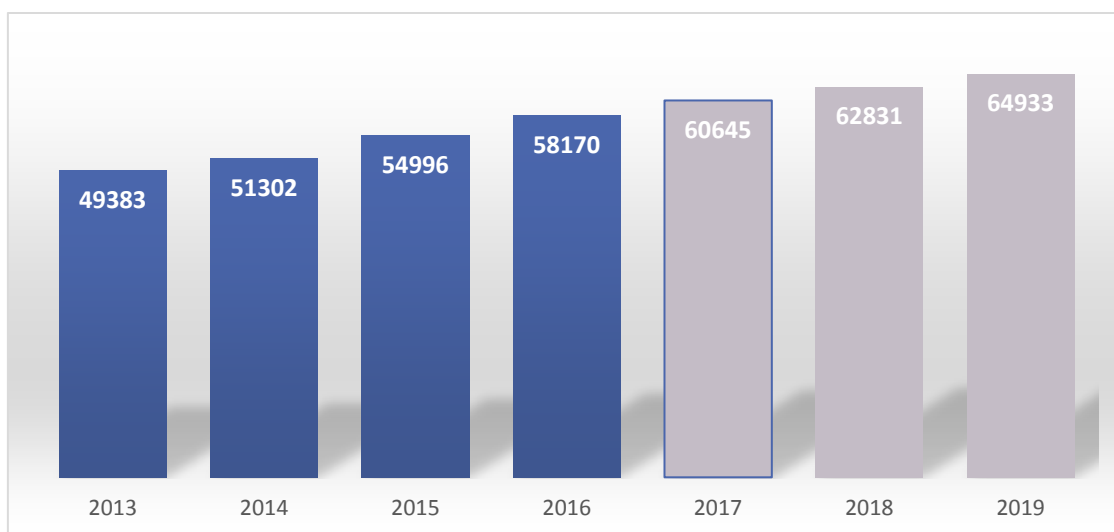
Per tant, tant a Europa, com a la Comunitat Valenciana, el camp de desenvolupament de les polítiques actives d'ocupació orientades als SCC tenen encara un ampli recorregut. Des del punt de vista de la perspectiva sobre l'ocupació, podem comprovar amb claredat que la creació d'ocupació als sectors culturals i creatius està fortament correlacionada amb l'evolució de la variació anual de la taxa de variació del PIB regional. Com podem visualitzar al gràfic següent per cada punt de creixement del PIB regional es genera un creixement d'ocupació de 1,3 punts.

Gràfic 15. Relació entre l'evolució del PIB regional i la creació d'ocupació als SCC.



Atenent a les taxes de creixement del PIB, per als anys 2017, 2018 i 2019 podem esperar, amb una perspectiva conservadora aproximadament uns 2.000 ocupats més al anys per a cadascun dels anys del període, el que significaria arribar, des dels 58.170 de 2016 als quasi 65.000 a finals de 2019.

Gràfic 16. Estimació de la creació d'ocupació als SCC període 2017-2019.



Des d'aquesta perspectiva, més del 10% dels ocupats seran nous treballadors amb menys experiència professional, que requeriran de processos formatius en uns camps que ràpidament generen l'obsolescència de la formació reglada.

Es raonable, per tant, plantejar una avaluació estratègica que dibuixi les característiques d'aquest nou ampli ventall de capacitats i habilitat requerides. Estem contemplant, l'aparició de noves habilitats i models empresarials nous i sovint híbrids que permeten a les persones i organitzacions a competir més eficaçment en els mercats globals i desenvolupar nous fluxos d'ingressos en els sectors públic i privat. Això és especialment urgent en el context de la recuperació de la crisi econòmica actual, les limitacions pressupostàries de l'acció pública i la necessitat de revisar i replantejar les formes més tradicionals de finançament del sector cultural i creatiu.

L'evidència empírica més recent (Mas & Quesada, 2017) mostra que noves formes de capital estan tenint cada vegada més protagonisme com a fonts del creixement econòmic. Els sectors culturals i creatius contribueixen de forma considerable a la generació d'actius intangibles. Els actius intangibles contribueixen a fomentar el creixement de la productivitat per tres vies:

1. Contribuint directament a la producció;
2. Ampliant l'impacte de les noves tecnologies amb les que mantenen relacions de complementarietat;
3. A través dels efectes desbordament de les inversions realitzades per les empreses d'un determinant sector sobre els restants del seu propi sector, i també en el conjunt de l'economia;

És per això que resulta cada vegada més evident que les polítiques públiques haurien de prestar més interès a potenciar la inversió en els actius intangibles. Per exemple, donant suport a les empreses en les àrees del disseny, comunicació i màrqueting, potenciant la

R+D, afavorint l'ús de les noves tecnologies pel conjunt de la societat i en la acumulació d'actius creatius Caldria regular el funcionament del mercat de treball de manera que s'estimule la formació dels treballadors dins de l'empresa (per exemple, reduint la temporalitat) i millorant el funcionament de les polítiques actives d'ocupació.

Els mecanismes més eficaços, tal com es demostra a altres experiències internacionals es formar i consolidar associacions i consorcis entre la comunitat creativa, la indústria, les institucions educatives i els organismes de promoció de l'ocupació como el *SERVEF* per construir de manera conjunta un catàleg d'experiències i recursos formatius ampli, que es corresponga amb les necessitat dels sectors culturals i creatius, amb rigor conceptual però també pràctic, que es puga incorporar als currículums educatius des de primària fins al nivell avançats, i especialment el desenvolupament professional continu, en un marc d'aprenentatge permanent al llarg de la vida.

Cal generar millorar i actualitzar els mecanismes de captació de les necessitats de formació dels agents que participen al sector. Podria ser convenient la creació, des del *SERVEF* d'una mena de comissió de competències emergents específiques pels SCC, de manera que complirà de antena de captació de les necessitat formatives que ràpidament canvien i es transformen.

Si tractem de resumir, a partir de l'anàlisi prospectiva previ el conjunt de competències transversals i per sectors, ens apropem als quadres següents per tindre una visió general dels sectors culturals i creatius i les seues necessitats formatives.

Taula 11. Necessitats formatives generals i transversals per als sectors culturals i creatius. Font: elaboració pròpia.

NECESSITATS FORMATIVES GENERALS I TRANSVERSALS PER ALS SECTORS CULTURALS I CREATIUS							
Competències en l'àmbit de les tècniques de gestió de les organitzacions	Competències en l'àmbit de l'internacionalització	Competències relacionades amb l'àmbit de transformació digital	Competències en els processos de comunicació	Competències entre les relacions entre ciència art i cultura	Competències en la generació i la gestió de la innovació	Competències en els nous espais de mediació	Competències en l'àmbit de la transdisciplinarietat
•Organització del treball. •Pressupostos •Fiscalitat •Gestió financera i models de finançament. •Propietat intel·lectual •Gestió de recursos humans i lideratge	•Disseny de projectes •Capacitats lingüístiques •Convocatòries i licitacions internacionals	•Anàlisi de dades •Eines de comunicació i col·laboració •Creació i gestió de continguts digitals •Seguretat digital •Resolució de problemes tecnològics •Seguiment dels desenvolupaments digital	•Comunicació interrelacional •Habilitats en les tècniques de comunicació •Habilitats relacionals	•Racionalitat instrumental i coneixement analític •Eines artístiques per a la comunicació científica •Usos artístic de la tecnologia	•Creativitat •Gestió de l'ambigüitat •Visió per a les oportunitats de mercat •Capacitat de mobilitzar als demás •Perspectiva i visió general •Capacitats per a gestionar les situacions paradoxals	•Desenvolupament d'audiències •Cultura i participació social •Cultura creativitat i valors •Placemaking •Art i espais urbans •Art i desenvolupament rural •Gestió de nous equipaments de mediació cultural	•Art, cultura i educació •Art, cultura i salut •Art cultura i inclusió social •Art, cultura i turisme •Art, cultura i altres sectors productius

Taula 12. Necessitat formatives per sectors

PATRIMONI, ARXIU I BIBLIOTEQUES	ARTS ESCÈNIQUES	ARTS VISUALS	MÚSICA
-La dimensió tecnològica de les tècniques de conservació i preservació i restauració del patrimoni. -Aspectes relacionats amb les noves propostes de mediació cultural, creació i gestió de públics i audiències, animació d'usuaris, comunicació -Innovació tecnològica i patrimoni (realitat augmentada, xaxes social, bihg data...) -Tècniques de gestió (management) i disseny de model de negoci. Creació de nous productes i serveis. Comunicació i màrqueting Disseny de projectes europeus Relacions entre Patrimoni, Turisme i cultura -Capacitacions lingüístiques	-Habilitat i capacitat gerencials per al disseny i la programació de projectes -Habilitats i capacitat per a activar processos d'internacionalització -Habilitats i capacitat per a la gestió, fidelització i ampliació de públics. -Utilització de les noves tecnologies, les tasques de comunicació o en habilitats referents a la gestió empresarial i l'empreniment	-Competències digitals. -Finançament, negociació / habilitats comercials i de promoció -Gestió de la pròpia carrera artística (autogestió, innovació i empeniment) -Drets, deures legals i contractuals, propietat intel·lectual:	-Gestió legal d'autoria i propietat intel·lectual. -Organització de festivals i altres esdeveniments musicals -Gestió de la carrera professional (comunicació, management) -Internacionalització -Aplicació de les tecnologies de la informació al negoci musical -Música i salut -Música i inclusió social -Música i educació -Innovació pedagògiques per a la formació musical

LLIBRE I LECTURA	SECTOR AUDIOVISUAL	SECTOR DEL VIDEOJOC	SERVEIS D'ARQUITECTURA
-Reconfiguració de les editorials en empreses de continguts més enllà de llibres. Formació en la redefinició dels models de negoci -Anàlisi de dades Big data: anàlisi del comportament de l'usuari per millorar els serveis creats al voltant dels continguts -El negoci digital -Les vies d'internacionalització de la producció editorial i treball en xarxe	-Habilitats creatives específiques multifuncional orientades a no-especialistes (p.e, creació de guions per a operadors de càmera) -TIC / habilitats digitals -Habilitats de gestió empresarial -Lideratge, innovació i emprenedoria -Habilitats interpersonals, socials i transculturals -Capacitats lingüístiques	-Les competències i habilitats relacionades amb la gestió de la comunitat, el maneig de les relacions socials d'una empresa -Competències i habilitats relacionades amb la productivitat, convertint una idea comercial en l'activitat productiva, la competència comercial i comercial, la competència de marca -Les competències i habilitats relacionades amb la escalabilitat del grup objectiu, la capacitat d'adaptar la idea bàsica d'un producte o servei per a diferents grups objectiu. -Competència ètica, ètica professional i observació dels valors ètics del treball -Competències i habilitats d'anàlisi de dades y big data -Competències relacionades amb les noves tecnologies, ara, per exemple, la competència relacionada amb jocs usables, la competència relacionada amb la tecnologia del sensor i el detector i la realitat augmentada (les tecnologies es desenvolupen amb rapidesa, que requereixen un seguiment continu del desenvolupament) -Les competències i habilitats relacionades amb la gamificació, i el disseny de la gamificació - Les competències i habilitats relacionades amb jocs seriosos (serious games), amb l'ensenyament i l'educació, el benestar i la salut com a bons exemples -Habilitats per establir relacions i xarxes, internitzar una mentalitat d'associació -Coneixement cultural, competència multicultural - Capacitat de treball en equip, capacitat d'utilitzar mètodes àgils de desenvolupament en projectes, habilitats creatives de lideratge organitzacional, competència relacionada amb noves formes de cooperació	-Ciutat i urbanisme: espai públic, mobilitat, disseny inclusiu, polítiques urbanes... -Participació i paper de l'usuari en el procés de projecte: una mica de sociologia, desenvolupament comunitari, disseny col·laboratiu... -Sostenibilitat en la construcció: Arquitectura bioclimàtica -Eficiència energètica, llegeixin en construcció (construcció sense pèrdues ni malbarataments), auditories verds... -Metodologies BIM: És un sistema informàtic que ha irromput al bestia fa poc i que supera totalment als programes previs plantejant una manera de projectar totalment nou. La Directiva Europea 2014/24 / UE de contractació pública exigeix que tots els països facin totes les seves licitacions a partir de 2018 per metodologies BIM. Ara mateix, és el que més està pegant a nivell de màsters, cursos, etc. -Gestió d'actius immobiliaris: Vida útil dels edificis, tasacions, certificats de eficiència energètica, inspecció tècnica... -Direcció i organització d'obres: Aquesta és una mancança històrica en els plans d'estudi que no acaben de resoldre's el currículums de la formació reglada (càlcul de pressupostos, honoraris, incidències, recepció de materials, responsabilitats civils, assegurances)
	SECTOR DEL DISSENY -Coneixement d'altres disciplines i camps artístics -Habilitats i capacitats per a adequar el disseny a l'economia circular. -Capacitats per integrar els processos de disseny en les dinàmiques d'innovació -Comunicació, comercialització de serveis i relació amb els clients. -Coneixement i anàlisi dels sectors productius per a detectar noves necessitats. --Competències bàsiques treball en grup, de resolució eficaç de problemes i treball sota condicions d'estrès o tensi		

- Boix Doménech, R., & Soler i Marco, V. (2014). Creative industries and the productivity of the European regions. En *International Conference on Regional Science* (p. 1-36). Recuperat de <http://www.uv.es/raboixdo/references/2014/14005.pdf>
- Bustamante, E., Alzaga Ruiz, I., García Leiva, T., Bustamante, E., Martinell, A., Callejo, J., Celaya, J. (2017). *EL ESTADO DE LA CULTURA EN ESPAÑA 2017 IGUALDAD Y DIVERSIDAD EN LA ERA DIGITAL*. Recuperat de http://www.fundacionalternativas.org/public/storage/publicaciones_archivos/6cd717bd9f96c0d102a67139fa3ea3ac.pdf
- Colomer, J. (2011). La gestión de públicos culturales en una sociedad tecnológica. *Periférica Internacional. Revista para el análisis de la cultura y el territorio*, 1(12). Recuperat de <http://revistas.uca.es/index.php/periferica/article/view/1645>
- COMISIÓ EUROPEA (2010). *Green Paper "Unlocking the Potential of Cultural and Creative Industries"*. Bruselas.
- COMISIÓ EUROPEA (2012). *COMMUNICATION FROM THE COMMISSION TO THE EUROPEAN PARLIAMENT, THE COUNCIL, THE EUROPEAN ECONOMIC AND SOCIAL COMMITTEE AND THE COMMITTEE OF THE REGIONS Promoting cultural and creative sectors for growth and jobs in the EU*. Recuperat de http://www.europarl.europa.eu/registre/docs_autres_institutions/commission_europeenne/com/2012/0537/COM_COM%282012%290537_EN.pdf
- Cooke, P., & De Propriis, L. (2011). A policy agenda for EU smart growth: the role of creative and cultural industries. *Policy Studies*, 32(4), 365-375. <http://doi.org/10.1080/01442872.2011.571852>
- Creative and Cultural Skills: Sector Skills Assessment for the creative and cultural industries An analysis of the skills needs of the creative and cultural industries in the UK*. (2010). Recuperat de http://www.opf.fi/download/143169_LinkClick.pdf
- Florida, R., Mellander, C., & Stolarick, K. (2008). Inside the black box of regional development--human capital, the creative class and tolerance. *Journal of Economic Geography*, 8(5), 615-649. <http://doi.org/10.1093/jeg/lbn023>
- Jianfei, Y. (2011). THE CHINESE UNDERSTANDING OF CULTURAL INDUSTRIES. *Santalka: Filosofija, Komunikacija*, 19(2), 90. <http://doi.org/10.3846/coactivity.2011.18>
- Lhermitte, M., & Perrin, B. (2014). *Creating growth Measuring cultural and creative markets in the EU*. Recuperat de [http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU/\\$FILE/Creating-Growth.pdf](http://www.ey.com/Publication/vwLUAssets/Measuring_cultural_and_creative_markets_in_the_EU/$FILE/Creating-Growth.pdf)
- Lhermitte, M., Perrin, B., Blanc, S., Raufast, V., Alvarez, H., Druésne, J., Mundial, E. B. (2015). *Tiempos de cultura. El primer mapa mundial de las industrias culturales y creativas*. Recuperat de http://www.worldcreative.org/wp-content/uploads/2016/03/EYCulturalTimes2015_ES_Download.pdf
- Marco-Serrano, F., & Rausell-Köster, P. (2014). Economic development and the Creative Industries: a Mediterranean Tale of Causality. *Creative Industries Journal*, 7(2).
- Mas, M., & Quesada, J. (2017). *LA ECONOMÍA INTANGIBLE EN ESPAÑA*. VALENCIA. Recuperat de <http://cotec.es/media/AF-la-economía-intangible-en-España-VFINAL.pdf>
- Mercer, C. (2011). Which Skills for Culture in a Globalised and Digitised World? Recuperat de https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2153398

- Mourshed, M., Suder, K., & Patel, J. (2014). *Education to Employment: Getting Europe's Youth into Work*. Recuperat de https://www.mckinsey.com/~media/mckinsey/industries/social_sector/our_insights/converting_education_to_employment_in_europe/education_to_employment_getting_europes_youth_into_work_full_report.ashx
- Pérez Ibañez, M., & López-Aparicio, I. (2017). *La Actividad Económica de los/las artistas en España. Estudio y análisis.*: Amazon.es: Marta Pérez Ibáñez, Isidro López-Aparicio: Libros. Fundación Antonio de Nebrija. Recuperat de <http://masdearte.com/estudio-de-la-actividad-economica-de-los-artistas-en-espana-nebrija-marta-perez-ibanez/>
- Potts, J. (2011). *Creative Industries and Economic Evolution (Google eBook)*. Recuperat de <http://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=oyzbtYUPRSMC&pgis=1>
- Quintas, E. (2014). *Cultural Mediation: Questions and Answers*. Montreal. Recuperat de http://www.culturepourtous.ca/en/cultural-professionals/cultural-mediation/wp-content/uploads/sites/18/2015/09/Guide_mediation_eng_coul.pdf
- Rampton, J., Carlberg, M., Voldere, I. de, & Coen, A. de. (2017). *Contribution of the Creative Europe Programme to fostering Creativity and Skills Development in the Audiovisual Sector*.
- Rausell-Köster, P., & Abeledo-Sanchís, R. (2016). MAIN CONNECTIONS BETWEEN CULTURAL AND CREATIVE ACTIVITIES AND THE SOCIO-ECONOMIC SPACE. Recuperat de <http://www.econcult.eu/es/publicaciones/main-connections-between-cultural-and-creative-activities-and-the-socio-economic-space/>
- Rausell-Köster, P., Abeledo Sanchís, R., Blanco Sierra, O. (Econcult, U., Boix Doménech, R- (Economic Structure Department, U., De Miguel Molina, B. (UPV), Hervás Oliver, J. L. (UPV), ... Vila Lladosa, Luis (MC2, U. (2012). *Culture as a factor for economic and social innovation*. PROJECT, SOSTENUTO. Recuperat de http://sostenutoblog.files.wordpress.com/2012/01/sostenuto_volume-1_en.pdf
- Rausell, P., Moreno, T., Sorribes, J., Montagut, J., Marco, F., Minyana, T., & Coll, V. (2012). *[PATRIMONIO Y EMPLEO]*. Valencia. Recuperat de http://www.econcult.eu/wp-content/uploads/2015/09/GuiaLecu_final1.pdf
- Rausell Köster, P. (2013). Understanding the economics of culture as a way to overcome the crisis. *El profesional de la información*. EPI SCP. Recuperat de <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=4365228&info=resumen&idioma=ENG>
- Sacco, P. L., & Crociata, A. (2013). A Conceptual Regulatory Framework for the Design and Evaluation of Complex, Participative Cultural Planning Strategies. *International Journal of Urban and Regional Research*, 37(5), 1688-1706. <http://doi.org/10.1111/j.1468-2427.2012.01159>.
- Santagata, W. (2009). *White paper on creativity Towards an Italian model of development*. Recuperat de http://www.ufficiostudi.beniculturali.it/mibac/multimedia/UfficioStudi/documents/12632018678_91_White_paper_Creativity_JUNE_2009.pdf
- SINNERGIAK. (2013). *GIPUZKOA CREATIVA*. Recuperat de https://www.sinnergiak.org/wp-content/uploads/2014/06/GC.Informe.Final_es.pdf
- Skills for Social Innovation. The implications of integrating social impact and driving social innovation on how talent is sourced and skills are developed.* (2016). Recuperat de <http://wbcsdpublishings.org/wp-content/uploads/2016/09/Social-Skills.pdf>
- Spencer-Oatey, H., & Stadler, S. (2009). The Global People Competency Framework Competencies for Effective Intercultural Interaction Warwick Occasional Papers in Applied Linguistics #3. Recuperat de https://www2.warwick.ac.uk/fac/cross_fac/globalpeople/resourcebank/gppublications/gp_comp

etency_framework.pdf

Taipale-Lehto, U., & Vepsäläinen, J. (2016). *REPORT ON COMPETENCES AND SKILLS NEEDS IN THE GAMES INDUSTRY*. Recuperat de http://www.oph.fi/download/175342_report_on_competences_and_skills_needs_in_the_games_industry.pdf

UNCTAD (2010). *Creative Economy. Report 2010*. Recuperat de http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf

Wuwei, L. (2011). *How Creativity is Changing China*. Bloomsbury Academic. Recuperat de https://books.google.es/books/about/How_Creativity_is_Changing_China.html?id=oAmDSQhGUjMC&source=kp_cover&redir_esc=y