



## **EL EMPLEO CULTURAL Y CREATIVO: MITOS EL PRESENTE Y REALIDADES DEL FUTURO.**

Aunque la mesa redonda que nos acerca a esta reflexión sobre la industria cultural y más genéricamente la economía creativa, se centra en los empleos o perfiles tanto actuales como anticipativos en esta actividad económica, sería más apropiado probablemente referirnos en su conjunto al sector y las empresas, y el efecto tractor que estos podrían tener no solamente en el mercado laboral sino también en la transformación del modelo económico.

Por otra parte nuestra presencia en esta mesa probablemente se fundamenta en el conocimiento del mercado laboral y por otra parte en trabajo desarrollado con un subsector englobado en las industrias creativas y culturales, como es el audiovisual, a través de una política de cluster sobre sectores innovadores en el entorno urbano de Donostia San Sebastián.

Asimismo somos conscientes que la relación entre el sector público y privado y hasta la interdependencia de ambos en determinados campos de actividad ha proyectado a la industria cultural como un sector débil escasamente profesionalizado y con una dependencia excesiva de los presupuestos de las diferentes administraciones. En la actualidad el sector público, especialmente afectado en esta segunda fase de la crisis y su obligada contribución mediante la reducción del déficit público, afronta una minoración de las inversiones con una especial incidencia en aquellas orientadas al campo de la cultura y por otra parte la reflexión futura de formas de copago se podría extender de la atención sanitaria a otros servicios, entre ellos, los culturales.

Una breve mirada retrospectiva a la historia. Los objetivos, metas y retos empresariales generalmente tienen un carácter acumulativo y siempre debemos asumir un nuevo compromiso en la gestión. Así un breve análisis histórico de la evolución de los objetivos del tejido empresarial y las políticas económicas de estos últimos treinta años nos dibuja un escenario con profundos cambios y transformaciones que nunca en la gestión de las organizaciones se había producido con anterioridad. Así en los años 80 las empresas vascas estaban en pleno proceso de reconversión, diversificando su actividad, internacionalizándose... En los 90 incorporamos a este discurso la calidad mediante procesos de certificación, la vigilancia en los consumos y eficiencia energética, empezamos a promover diversos cluster, nuevos modelos de gestión y por supuesto la competitividad. En los inicios del 2000 la globalización complejiza y sofisticada notablemente las reglas de juego tradicionales del mercado y debemos incorporar en nuestras estrategias conceptos como: La sociedad del conocimiento, la economía creativa los sectores emergentes, la investigación y desarrollo el capital intelectual-social, la puesta en valor de los RRHH por encima del capital y por supuesto la innovación cobran importancia en el futuro de las empresas y el tejido económico.

Así transcurridos diez años del Tratado de Lisboa las conclusiones que podemos obtener respecto al cumplimiento del objetivo de crecimiento, basado en la sociedad del conocimiento y transformación del modelo económico, presenta una doble interpretación; aquellas que están vinculadas a indicadores de empleo e I+D+i con una clara evaluación negativa y por otro lado otra positiva respecto a la consolidación de ciertos principios y valores, que quedan reflejados en el caso que nos ocupa en el Libro Verde de las Industrias Culturales y Creativas de la Comisión Europea "Liberando todo el potencial de las industrias creativas y culturales europeas" recientemente presentado en Barcelona.

Por otra parte debemos ser conscientes que la creatividad e innovación ya no es patrimonio de las disciplinas artísticas o culturales (guionistas, creativos, productores, artistas...) sino que está presente en todos los sectores productivos. Podemos entenderla como una competencia transversal que afecta a todos los sectores económicos.

En el plano de la práctica desde Fomento de San Sebastián en estos últimos años hemos promovido una estrategia con los sectores innovadores entre los que destaca dentro de las empresas culturales o creativas el referente al audiovisual y los contenidos digitales.



Desde una acepción muy amplia que integra la tv, el cine - vídeo, música, internet, publicaciones digitales, contenidos para móviles, multiplataforma, UGC, soluciones profesionales... la constitución de un cluster en el 2003 ha movilizado no solamente el mapa de agentes locales que intervienen en el sector sino también el desarrollo de diversos mecanismos y programas tendentes a la consolidación, diversificación y crecimiento de estas actividades en nuestra ciudad. La culminación en el desarrollo de estas políticas sectoriales locales tiene su culminación en la creación de un espacio, denominado Polo de Innovación Audiovisual (PIA) que fruto de la concentración empresarial se plantea como determinante en la competitividad de las empresas radicadas en esta nueva infraestructura y sobre el tejido del entorno.

No obstante me gustaría realizar una breve reflexión sobre el segmento de lo que podríamos denominar como producción tradicional. Así en estos últimos años y tras haber asistido a diversos foros y debates existe un cuestionamiento continuo, generalizado y permanente sobre la existencia o no de un sector empresarial relacionado con la producción cinematográfica que por extensión se generaliza y penaliza a todo el espectro audiovisual. Probablemente estas críticas son mas acusadas en el caso de productoras, guionistas, que en empresas auxiliares, de equipos, etc., pero, al margen de esta diferenciación creo que todos somos conscientes de excesiva dependencia de EITB, la escasa sensibilidad del mercado financiero sobre nuestra actividad, del encuadre del sector en el ámbito o jerarquía cultural, la dependencia de las subvenciones, el libro blanco, hasta en ocasiones se asumen las responsabilidades de la identidad del país. Ante esto podemos asegurar que probablemente para el sector de maquina herramienta o del papel o cualquier otro, sus retos se circunscriben a la competitividad con toda la complejidad y sofisticación que antes apuntábamos en este mundo globalizado. Lo relevante es disponer de un sector sólido maduro con dimensión, masa crítica, internacionalizado, que se rige por las reglas de mercado y en función de su penetración y proyección exterior de fuera nos identifican como sector de proveedores actividad y posteriormente en un segundo cuya identidad es la vasca. Creo que construir un camino a la inversa o lastrado por estos factores no sería factible.

En este sentido a algunos de vosotros os sorprenderán estos proyectos con un marcado carácter local, por lo que para argumentar y justificar estas iniciativas me gustaría apoyarme en dos autores, como Becattinni y Rullani, que al abordar la conceptualización del conocimiento nos describen dos tipologías. Aquel codificado que se encuentra circulando en la red a través de Internet y un segundo de carácter contextual que únicamente se puede alcanzar mediante el conocimiento detallado del entorno.

Por último y a modo de glosario para mejorar la visibilidad de las empresas culturales y la economía creativa en su conjunto como sectores tractores en la economía internacional, podemos detallar las siguientes premisas:

- Profesionalización para estimular el proceso de cambio de "consumidores activos" a "emprendedores con éxito".
- Mejora competitiva para convertir a "creativos con empresa" en "empresarios creativos".
- Digitalización para ser convergente tecnológicamente.
- Innovación para trabajar desde la anticipación al cambio.
- Cooperación para, desde el respeto a la singularidad, ser más grandes y poder optar en red a mejores proyectos.
- Concentración sectorial para aunar la cadena de valor que comporta un proyecto audiovisual estimulando el conocimiento mutuo y la generación de nuevas oportunidades.
- Alianzas con centros tecnológicos y universidades para implementar la innovación en la dinámica de trabajo de la empresa audiovisual.
- Internacionalización para operar en el mercado nacional e internacional, abriendo puertas al dimensionamiento de las iniciativas.

**EUKEN SESE SARASTI**  
**GERENTE DE FOMENTO DE SAN SEBASTIAN**