IMPACTUL INDUSTRIILOR CREATIVE ASUPRA SECTORULUI ECONOMIC ȘI CULTURAL

Dina BARCARI
CZU: 001.895:[33 + 008] barcaridina@gmail.com

Noțiunea de „industrie creativă” este acum foarte populară pe scena internațională. Considerată a fi o sursă decisivă de avantaje competitive și un motor al economiei cunoașterii, acestea au făcut obiectul a numeroase politici, naționale și locale, în ultimii zece ani. Dar efectele acestor politici și evaluarea lor rămân complexe. Industriile creative au un numitor comun: creativitatea și atributele estetice sunt elemente-cheie în diferențierea produselor și serviciilor și a modului în care acestea creează valoare.

Termenul industrii creative își are originea în Australia, iar apoi utilizarea sa a fost extinsă spre Regatul Unit, care trebuia să găsească noi baze de creștere pentru economia sa postindustrială. De asemenea, sunt denumite frecvent industrii culturale și creative, industria creativă sau sectorul creativ, chiar dacă unii autori introduc nuanțe în utilizarea unuia sau a celuilalt termen.

Creșterea cunoașterii, informației, economiei intangibile și industriale digitale a schimbat granițele economiei culturale și a făcut abordarea sa mai complexă. Industriile culturale și creative nu sunt imune la fenomenele globalizării. Creativitatea a devenit, de asemenea, un factor de creștere pentru întreaga economie de servicii, care integrează consumatorul și/sau producătorul în lanțurile valorice. Economia culturii a reușit astfel să servească la crearea de valoare chiar și în afara activităților denumite în mod tradițional cultural: acesta este cazul în design, modă, servicii digitale, spațiul urban etc.

Industriile creative au devenit astfel treptat activități strategice ale economiilor postindustriale moderne, bazate pe cunoștințe. Beneficiile presupuse ale economiei creative nu s-ar limita la creșterea bogăției sau la un procent din PIB: cu siguranță, într-un mod necuantificabil, ar crea și îmbogăți legătura socială, identitatea și atractivitatea teritoriilor care le fac bun venit.

Teoreticienii din antropologia economică identifică mai multe caracteristici prin care să definească conceptul de industrie creativă: hibridizarea transdisciplinară (sau capacitatea de a se inspira din ceea ce se practică în altă parte pentru a rezolva propriile probleme); inteligență strategică (sau rămânând atenți și curioși cu privire la tot ce se întâmplă afară și mai ales la inovații) colaborarea (sau combinarea diferitelor abilități pentru a dezvolta noi concepte).

Conceptele de industrii culturale și industrii creative fac parte dintr-o logică comună și sunt tratate global, uneori chiar considerate sinonime, de către o serie de organisme. Astfel, pentru UNESCO, industriile culturale sunt definite ca un sector care combină crearea, producția și comercializarea de bunuri și servicii, a căror

particularitate constă în intangibilitatea conținutului lor cultural, în general protejat de drepturile de autor. Pentru UNESCO, un aspect important al industriilor culturale este că acestea contribuie la protejarea și avansarea diversității culturale, dar și la democratizarea accesului la cultură.

Industriile creative au unele caracteristici comune. O primă caracteristică este producerea de conținut simbolic. O alta este utilizarea unei forțe de muncă extrem de calificată și motivată, flexibilă, pentru care rețelele sociale sunt importante și ale căror modele de lucru sunt neconvenționale. Industriile creative utilizează în mod avansat tehnologia în producție, împreună cu utilizarea intensă a forței de muncă. Au tendința de a se strânge împreună în orașele mari. Uneori se bazează pe o imagine de marcă legată de locul de producție (aceasta oferă o autenticitate care înseamnă că produsul poate fi imitat, dar nu copiat), această autenticitate fiind foarte importantă pentru consumator. Acestea fac uneori parte din strategiile de dezvoltare regională ale autorităților publice. Totuși, conexiunea lor cu piața mondială este foarte puternică și operează acolo într-un context de concurență monopolistă. În cele din urmă, acestea sunt adesea dependente de drepturile de proprietate intelectuală.

Impactul economic al industriilor creative asupra Uniunii Europene și altor țări poate fi analizat în termeni de contribuție directă la producție, ocuparea forței de muncă, productivitate, inovare, antreprenoriat etc. În plus față de această contribuție, cel mai important efect al industriilor creative poate fi găsit în efectele sale indirecte, adică multiplicarea efectelor asupra economiei. În plus, ar trebui luate în considerare și alte două aspecte: în primul rând, faptul că aceste efecte directe și indirecte ar putea fi pozitive sau negative; și în al doilea rând, că intensitatea și direcția efectului ar putea fi diferite între locații.

Potts și Cunningham (2008) au propus câteva scenarii generale legate de industriile creative de performanță economică: bunăstare, competitivitate, creștere și inovare. Primul scenariu se desfășoară în jurul bolii Baumol (este creșterea salariilor în locuri de muncă care nu au cunoscut o creștere redusă sau scăzută a productivității muncii, ca răspuns la creșterea salariilor în alte locuri de muncă care au cunoscut o creștere mai mare a productivității muncii). Productivitatea crește într-un ritm mai lent decât în restul economiei, chiar dacă sunt subvenționate. Acest lucru se datorează faptului că în acest model industriile creative sunt orientate spre sporirea bunăstării.

În al doilea model, și anume competitiv, industriile creative sunt văzute ca o altă industrie și nu au mai mult efect asupra schimbărilor tehnologice, inovării sau productivității decât orice alte activități.

În modelul de creștere, cel de-al treilea, se spune că industriile creative sunt un motor de creștere, iar impactul lor asupra economiei este mai mult decât proporțional și cauzat atât de influența cererii, cât și a ofertei. Influențele cererii apar atunci când producția sau creșterea veniturilor determină o creștere a cererii de servicii creative, care, la rândul său, alimentează și modifică producția sau veniturile, multiplicând efectele finale.

În cele din urmă, în modelul de inovare, industriile creative sunt văzute ca făcând parte dintr-un proces de evoluție economică și rolul lor este de a furniza servicii evolutive sistemului de inovare, facilitând schimbarea întregului sistem economic.

În concluzie, evidențiem că industriile creative au efecte directe și indirecte relevante în economia UE. Dar, în ultima perioadă, industriile creative nu numai că au efecte directe, dar generează și efecte secundare care afectează restul economiei europene prin mecanisme indirecte, induse și evolutive. Aceste mecanisme includ efectele cererii și ofertei asupra creșterii producției și, în special, a efectelor indirecte legate de capacitatea industriilor creative de a crea progres tehnic și de a modifica și calea de creștere evolutivă a economiei.

De fapt, dovezile privind efectele industriilor creative asupra economiei UE sunt încă foarte limitate și necesită mult mai multe cercetări.

Referințe:

1. O`CONNOR, J. *The culturel and Creative Industries: A Review of the Literature.* Arts Council England, November, 2007, Disponibil: . https://www.researchgate.net/publication/251804201_The_Cultural_and_Creative_Industries_A_Review_of_the_Literature
2. New UNESCO Economic Impact Outlook on The Creative Industries. Disponibil: https://en.unesco.org/creativity/news/new-unesco-economic-impact-outlook-creative-industries
3. POTTS, J. Four Models of the Creative Industries. In: *International Journal of Cultural Policy*, august, 2008. Disponibil: https://www.researchgate.net/publication/227355977-_Four_Models_of_the_Creative_Industries