

No és or tot allò que lluu

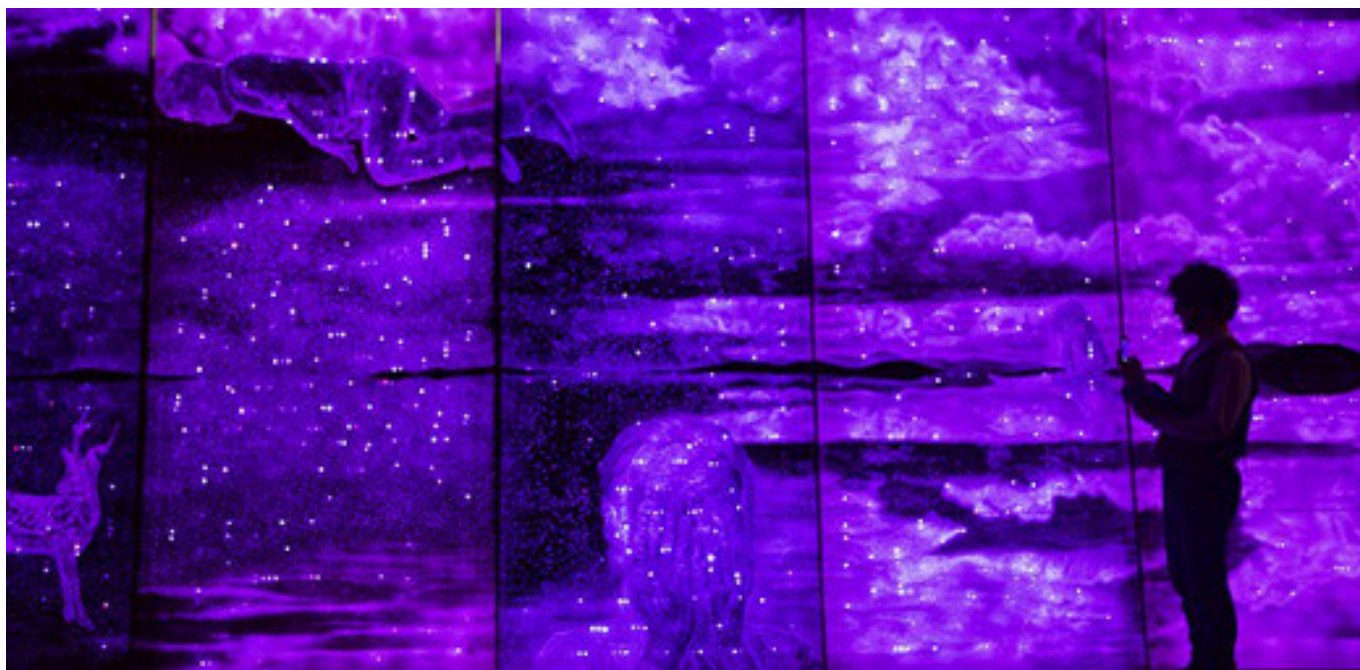
Publicat per [Centre d'Informació i Documentació](#) [1] el 18/07/2018 - 10:14 | Última modificació: 19/07/2018 - 13:41



[Peter Campbell](#) [2], [Dave O'Brien](#) [3], [Mark Taylor](#) [4] | [Sociology](#) [5] (2018) 1-21

Ha arribat per quedar-se. Una **nova etiqueta** ha monopolitzat el món de la cultura: les **indústries culturals i creatives** (CCIs, sigles en anglès). El sector cultural ha aconseguit cert protagonisme traduint el seu discurs al llenguatge de la lògica econòmica, és a dir, de la **lògica del mercat**. Ara bé, quan fem referència a aquesta mena d'indústries, de què estem parlant? De quines empreses? Però més concretament, de quins **treballadors** estem parlant? [Peter Campbell](#) [2], [Dave O'Brien](#) [3] i [Mark Taylor](#) [4] publiquen "Cultural Engagement and the Economic Performance of the Cultural and Creative Industries" fent èmfasi en les ocupacions del sector.

L'article pretén **revisar els criteris** amb els quals s'agrupen professions i indústries sota l'etiqueta "[indústries culturals i creatives](#) [6]". A partir d'aquesta idea, els autors adopten una **mirada crítica** amb el concepte. I és que la definició de "**creativitat**" en què es basen les CCIs no és del tot clara i pot variar. L'estudi posa l'accent en certes vessants del sector de la informàtica ([IT sector](#) [7]), íntimament relacionat amb les CCIs i que presenten problemàtiques interessants a l'hora de ser analitzades. Val a dir que les **tecnologies de la informació** tenen un pes específic en la narrativa de l'impacte econòmic del sector. Doncs bé, el trio d'autors observa l'heterogeneïtat en els patrons de **consum cultural** de les ocupacions de l'àmbit cultural. D'aquesta manera, Campbell, O'Brien i Taylor qüestionen "the coherence of the prevailing CCI category, particularly in government policy" i suggereixen "a new mode of 'cultural' occupational analysis for the sociology of CCIs" (p. 1).



Imatge: [UNESCO](#) [8]

Tal com comenten a la introducció, avui en dia les CCI són una **qüestió central** en les polítiques públiques i un tema en què les institucions acadèmiques estan focalitzant una atenció especial. Sobretot al Regne Unit, existeix un consens sobre la **importància del sector** en el context econòmic i en la cohesió social. En aquest article, la proposta metodològica parteix de la [sociologia](#) [9] a fi de demostrar “how sociological methods can offer new perspectives on existing questions from disciplines engaged with the study of CCIs, and how insights from the sociology of CCIs might connect to broader discussions of inequality” (p. 2). D'aquesta manera surten a la llum les **desigualtats de base** en les ocupacions dels sectors creatiu i cultural.

Les observacions dels investigadors els permeten concloure que malgrat el sector de les tecnologies de la informació, en el si de les CCI, vehicula les **bones notícies de l'impacte econòmic** d'aquestes indústries, les ocupacions d'aquesta mena presenten un **consum cultural baix**. A més, les **divisions socials** semblen evidents. Finalment, els autors afirmen: “We see the presence of a subgroup of highly culturally engaged workers, but these occupations are not those driving exceptional economic growth in CCIs, and demonstrate that cultural distinction, by taste, associated with working in these jobs, poses continuing questions for narratives around the universality and openness of CCIs” (p. 17).

En definitiva, no és or tot allò que lluu. No podem deixar-nos endur per la sonoritat grandiloqüent de les etiquetes. Si bé és cert que les indústries culturals i creatives, de les quals [en parlem sovint](#) [10] a [Interacció](#) [11], han permès una nova projecció del món de la cultura, és imprescindible no perdre la **mirada crítica** sobre aquesta mena de conceptes. I és que tal com mostra l'article, la retòrica econòmica de les CCI pot emascarar les desigualtats laborals del sector. Per sobre de tot, cal **seguir fent recerca** sobre la qüestió.

Per a més informació, podeu consultar l'article:

PDF [Cultural Engagement and the Economic Performance of the Cultural and Creative Industries](#) [12]

HTML [Cultural Engagement and the Economic Performance of the Cultural and Creative Industries](#) [5]



[Inicieu sessió](#) [11] o [registreu-vos](#) [13] per enviar comentaris

Categories: Indústries culturals i creatives

Categories: Sociologia de la cultura

Etiquetes: sociologia

Etiquetes: indústries culturals

Etiquetes: sector creatiu

Etiquetes: sector cultural

Etiquetes: població activa

Etiquetes: igualtat

Etiquetes: Richard Florida

Etiquetes: consum

- [14]

URL d'origen: <http://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2018/or-tot-lluu>

Enllaços:

[1] <http://interaccio.diba.cat/members/centre-dinformacio-documentacio>

[2] <https://cercles.diba.cat/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=38086>

[3] <https://cercles.diba.cat/cgi-bin/koha/opac-search.pl?q=an:%224751%22>

[4] https://cercles.diba.cat/cgi-bin/koha/opac-detail.pl?biblionumber=45825&query_desc=kw%2Cwrdr%3A%20mark%20taylor

[5] <https://doi.org/10.1177/0038038518772737>

[6] https://en.wikipedia.org/wiki/Creative_industries

[7] https://en.wikipedia.org/wiki/Information_technology

[8] <https://en.unesco.org/news/unesco-adopts-guidelines-protect-artists-and-diversify-cultural-content-internet>

[9] <http://interaccio.diba.cat/categories-of-entries/sociologia-de-cultura>

[10] <http://interaccio.diba.cat/tags/industries-creatives>

[11] <http://interaccio.diba.cat/>

[12] <http://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/e180091.pdf>

[13] <http://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>

[14] <http://interaccio.diba.cat/node/7669>