

Indústries creatives: quan l'economia ja no explica el que passa

Publicat per [Interacció](#) [1] el 17/02/2017 - 10:08 | Última modificació: 07/04/2026 - 16:45

Llegit avui, el manual manté interès perquè desplaça el debat. Les indústries creatives no són només un sector. Són un camp que obliga a repensar com entenem el valor, la producció i la mateixa idea d'economia.

El discurs sobre indústries creatives sovint es construeix amb categories econòmiques tradicionals. Aquest manual fa un pas més radical: planteja que aquestes categories ja no serveixen per entendre el valor cultural.



Què són realment les indústries creatives? El manual elaborat per la Fontys Academy for Creative Industries no dona una definició tancada. Fa una operació més ambiciosa: qüestiona el marc des del qual les intentem entendre.

El punt de partida és explícit. El model econòmic habitual centrat en mercats, transaccions i preus resulta insuficient per explicar la lògica de la cultura contemporània. L'economia creativa no es pot reduir a intercanvis. Té a veure amb idees, imatges, significats i experiències.

Aquesta idea té conseqüències importants. El valor cultural no es genera només en el mercat, sinó en espais més amplis: en les pràctiques culturals, en les relacions socials i en els entorns compartits que fan possible que una idea sigui reconeguda i tingui sentit.

El manual articula aquesta visió a partir del concepte de **creative commons**. La creativitat no és només una capacitat individual, sinó el resultat d'un entorn on les pràctiques es comparteixen, es reconeixen i es desenvolupen col·lectivament. Sense aquest context, les idees no prosperen.

Això implica un desplaçament important. La innovació cultural no neix principalment de polítiques públiques ni de decisions empresarials, sinó de processos socials que generen comunitats creatives. Les institucions poden facilitar o sostenir aquests entorns, però difícilment els poden produir o controlar.

El document proposa, per això, una lectura de l'economia en diferents esferes: mercat, govern, esfera social, cultural i domèstica. Aquesta ampliació permet entendre que la cultura opera en múltiples registres alhora i que el seu valor no es pot capturar només amb indicadors econòmics.

[Reader on the Creative Industries & Social Innovation](#) [2]



Categories: Manual, guia

Categories: Informes i documents

Etiquetes: sectors culturals i creatius

Etiquetes: economia de la cultura

Etiquetes: innovació cultural

Etiquetes: pensament cultural

- [3]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/blogs/2017/industries-creatives>

Enllaços:

[1] <https://interaccio.diba.cat/members/interaccio>

[2] https://interaccio.diba.cat/sites/interaccio.diba.cat/files/creativeindustriessocialinnovation_0.pdf

[3] <https://interaccio.diba.cat/node/6801>