

# 5 enseñanzas de hoy para el futuro de la industria creativa



La “**industria creativa**” ha representado en los últimos años ganancias superiores a los **175 millones de dólares en Latinoamérica**, según el **Banco Interamericano de Desarrollo**, gracias a grandes innovaciones, principalmente en la industria musical.

*“La producción de contenidos audiovisuales en línea ha estado en un boom en los últimos 5 años y ha sido un crecimiento multiplicado. Hablamos de **miles y miles de videos y de contenido** que se sube a las plataformas todos los días”* explica **Alan Robles**, director de la carrera de **Producción Musical en Campus Monterrey**.

**Robles** comenta cuáles herramientas de la también denominada “**economía naranja**” serán indispensables para su futuro y las enseñanzas que como sociedad nos dejan. “**Los cambios han sido marcados** y seguirán con la transformación a pasos agigantados”.



width="900" loading="lazy">

## 1. Crecimiento tecnológico y digitalización

La comunidad estudiantil que representa el futuro del sector, debe tomar en cuenta cómo se lleva a cabo el **proceso de creación de cualquier tipo de material** y **seguirle el paso al desarrollo de las tecnologías.**

Es importante notar que esta herramienta está al servicio de la creatividad, ya que **el artista tiene una necesidad creativa, la cual es humana**, por lo tanto **difícilmente se verá reemplazada por la automatización e inteligencia artificial.**

Sin embargo, **a pesar de que la creatividad puede ser vista como un recurso inagotable**, existen retos a superar para innovar en el sector. Por ello, la parte de la **digitalización de un producto** ha resultado esencial para el crecimiento de un artista.

***“Hay que digitalizarse, esa es la primera lección. Si no has digitalizado lo que haces, encuentra la forma de hacerlo.”***

**La industria necesita crecer junto con la tecnología** y adaptarse a la forma en la que un público interactúa con ese material. Las **habilidades digitales y el multitasking digital**, son necesarios ya que estos tiempos exigen más conocimientos y habilidades.



width="900" loading="lazy">

## 2. Mayor alcance global

Con los nuevos canales de comunicación ahora es fácil llegar a nuevas audiencias que anteriormente hubieran sido imposibles de alcanzar. **Nuevas plataformas implican una mayor fluidez en la entrega de mensajes audiovisuales.**

Un ejemplo es internet, que **nos ha dado la libertad para crear** al abrir las puertas a cualquier tipo de aprendizaje y **ser un canal a través de distribución** de esos contenidos.

Esto permite generar el alcance que se necesita, además de **facilitar la comunicación entre creadores, productores y audiencias.**





width="900" loading="lazy">

### 3. Conocimiento de negocios y emprendimiento

Otra herramienta que será de gran utilidad en el medio creativo **es el conocimiento en emprendimiento.**

**La constancia y capacidad de análisis** resulta esencial como parte de la industria; permite **tomar decisiones conscientes en cuestiones financieras y de administración.** “Es aventarte, el riesgo es alto al emprender y muchas veces no lo puedes ver.”

Para los estudiantes y recién egresados, **el crecimiento y los cambios al interactuar en el ecosistema creativo presentan variadas oportunidades;** deben estar dispuestos a adaptarse a nuevas circunstancias.

*“En cuanto a prácticas que deben continuar está **el emprendimiento;** es algo que **se debería enseñar en todas las escuelas del mundo con una base sólida de negocios,** porque el día de mañana **uno tiene que capitalizar sus pasiones** y para hacerlo necesitas tener el conocimiento”.*



width="900" loading="lazy">

#### 4. Innovación, creatividad y valor

*“Se van a enfrentar a un mundo bien complicado, tienen que informarse muy bien, **tienen que ser muy creativos y tienen que estar dispuestos a trabajar por nada.** Tienes que animarte a estar allá afuera y no pensar en sacar dinero rápido, esto toma tiempo”* aclara el experto.

La **innovación en propuestas de valor** en empresas implica en estos tiempos el desarrollo tecnológico y de comunicación, al hacer flexible la forma de trabajo; **no quiere decir que el consumidor le dé más valor al trabajo creativo**, depende de **la manera en cómo el artista comercializa sus propias creaciones.**

*“Creo que siempre se ha valorado lo que hacemos y el tema del valor es complejo porque pienso que el que tiene el problema es el mismo artista. **Hasta que el artista no sepa valorarse,** es ahí donde la gente le va a dar el valor a lo que hace.”*

En otras palabras, **el artista decide cuánto quiere recibir a cambio de su trabajo**, lo cual no siempre implica la parte creativa, sino que también **va de la mano en posicionamiento** a través la conexión con la audiencia de una forma personal.





width="900" loading="lazy">

## 5. Responsabilidad social

***“El sentido de solidaridad debe de ser fuerte. Velar por los intereses de todos. Creo que como emprendedores **tenemos que hacer estas prácticas siempre**” aconseja Robles.***

La preocupación por los **asuntos sociales y las personas** adquiere importancia para proyectos futuros. Lograr empatía con otras personas y generar conexiones profundas tiene beneficios a nivel personal y creativo, además de abrir el pensamiento a otras experiencias.

En conclusión, las anteriores herramientas ofrecerán **nuevas oportunidades y formas de expresión**. Tener los conocimientos adecuados y aprovecharlas marcará un antes y un después en cómo se vivirá la creatividad en el futuro.

Un aspecto a tomar en cuenta es la importancia de la tecnología en la vida de la gente, que deberá ser **capaz de adaptarla a una industria creciente a través del emprendimiento y la innovación**, al enfrentar un mundo cada vez más competido.



width="900" loading="lazy">

**Robles afirma que es ahí donde la creatividad se convierte en parte de la cultura de un lugar;** a través de ella es como la sociedad se ve reflejada.

Finalmente, **Robles** señaló que “la tecnología es esencial para la vida diaria y los constantes cambios e innovaciones; **nos hacen replantearnos y pensar sobre las posibilidades a utilizar para la creación de contenidos**”.