

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**”.