

eBook: Economía Creativa como estrategia de desarrollo: una visión de los países en desarrollo

Contribuido por Ana Carla Fonseca Reis

domingo, 08 febrero 2009

Última actualización: domingo, 08 febrero 2009

Prologo

Ana Carla Fonseca Reis

Este libro surgió de una confluencia de inquietudes derivadas de mis navegaciones en las esferas del marketing, la economía y la cultura. Me inquieta profundamente sumergirme en el universo cultural de los más variados pueblos y constatar que, cuanto más sencillos y vulnerables son, menos perciben la diferencia abismal entre el valor de lo que producen y el precio que establecen, entre las esferas simbólica y económica de la cultura. Me preocupa saber que aprendices de oficios culturales milenarios y jóvenes talentos de los nuevos medios tienen que abdicar de su producción cultural para dedicarse a otra profesión, debido a las dificultades de circulación y financiación de sus obras. Me horroriza comprobar que insistimos en paradigmas socioeconómicos incapaces de promover el propagado bienestar social, en el eterno conflicto entre justicia distributiva y eficiencia asignativa, ahora gravado por cuestiones ambientales galopantes.

A lo largo de este camino de desasosiegos tuve el privilegio de conocer una creciente cantidad de otras mentes inquietas en este mundo que, paradójicamente, valora la singularidad, lo simbólico y lo intangible, tres pilares de la economía creativa. Diez entre los mayores discutidores de los dilemas que ahora enfrentamos aceptaron compartir su visión de la economía creativa como estrategia de desarrollo. Son pensadores que se niegan a aceptar la eternidad de los paradigmas y se oponen, según Facundo Solanas, a la

estigmatización que parece sentenciar, como una condena perpetua, la predestinada e insuperable permanencia en ese camino intermedio entre el no desarrollo y el desarrollo de primer mundo.

¿Y por qué enfatizar la economía creativa? Porque en la última década pocos conceptos han sido más debatidos, menos definidos y tan poco considerados de modo filtrado, traducido e reinterpretado para países con contextos culturales, sociales y económicos distintos, en una miríada de vertientes: ciudades creativas, industrias creativas, economía creativa, grupos creativos, clase creativa, activos creativos. Entre modismo, ingenuidad y desesperación, no fueron pocos los intentos de transportar un concepto adecuadamente desarrollado para un determinado contexto hacia otras realidades distintas, sin la debida reflexión. La propuesta de este libro es ofrecer puntos de vista alternativos a lo que hoy en día se entiende por industrias creativas.

Para explorar la solidez de los pilares que sostienen la llamada economía creativa como estrategia de desarrollo, a cada autor se plantearon tres preguntas: ¿qué es economía creativa? ¿Podría ser, de hecho, una estrategia de desarrollo? Si se entiende que sí, ¿qué hace falta para concretar ese potencial? A esas preguntas dieron no sólo el enfoque de su contexto geográfico, sino que además añadieron a su análisis aspectos que les parecieron particularmente relevantes.

Las respuestas no podrían haber sido más ricas, variadas y acordes en contenido. El chino Chengyu Xiong traza una instigadora trayectoria de las industrias culturales en el país, repleta de estadísticas las cuales difícilmente podrían ubicar los investigadores extranjeros. Ernesto Piedras ofrece un inspirador enfoque económico de la cultura, en su tránsito entre lo público, lo privado y la academia mexicana.

Andrea Davis, estrategia jamaicana, analiza con pertinencia la creación de marcas culturales y la desigualdad en el reparto de los beneficios generados. Sharada Ramanathan revela un panorama crítico de la economía creativa en India y funde con razón y poesía las esferas cultural, social, económica y política. El argentino Facundo Solanas presenta una visión crítica del uso del concepto.

A Pernille Askerud y Máté Kovács les correspondió una misión continental, que desempeñaron con brillantez: desentrañar la situación y el potencial de la economía creativa en el rico caleidoscopio de culturas y marcos económicos de Asia y África, respectivamente. Edna dos Santos Duisenberg y Yudhishtir Isar aportaron una visión global del tema al desplegar un prisma privilegiado de los enredos culturales, económicos y sociales de los acuerdos multilaterales y de las

fuerzas de la globalización. Por último, dediqué el capítulo con raíces brasileñas a una vertiente del tema de singular importancia: la creatividad en el contexto urbano, para desmitificar la visión de ciudades creativas como ciudades globales.

La opinión de los autores no representa la posición oficial de sus países en cuanto a la economía creativa. Tampoco se les pidió que tuvieran ese mandato. Son librepensadores, comprometidos en procesos de transformación, profundamente involucrados y conocedores de la realidad que expresan y cuyas almas y mentes anhelan encontrar para sus países y compatriotas un nuevo camino de desarrollo amplio y sostenible. De la misma manera, el Instituto Itaú Cultural, patrocinador y coeditor de la obra, tuvo una enorme sensibilidad al abrazar el proyecto desde el inicio, sin esbozar ninguna injerencia en su contenido.

Aquí habría que hacer dos salvedades, inherentes a análisis amplios. A nivel macro, en el abanico de países clasificados como "en vías de desarrollo", se encuentran desde potencias como China hasta pequeños países africanos regulados por relaciones tribales o comunitarias. Aunque de economía simple, varios de los fenómenos creativos paradigmáticos en términos mundiales derivan de regiones poco observadas, como el audiovisual de Nigeria o la música en la Amazonía brasileña. Sin embargo, aunque en términos individuales, los países no pueden considerarse de forma homogénea. Varias "Indias" y "Méxicos" culturales, económicos y sociales coexisten en un sólo país, lo que exige una minuciosidad que escapa al objeto de este libro.

Esta no es una obra académica, aunque varios de sus autores provengan del mundo académico. Su propuesta es construir una reflexión en cada página, en un diálogo con el lector. Fue justamente por ello que elegí el modo más democrático posible de nutrir este debate: un libro digital, editado en tres de las lenguas más habladas en el mundo, cuya descarga se facilita gratuitamente en todos los sitios web interesados en este tema. Qué surjan muchas otras obras y que éstas superen fronteras, haciendo que éste y otros debates avancen con la profundidad y con la riqueza que merecen nuestras culturas.

Bajar libro completo en formato PDF (3 MB)

Contenido del Libro:

Presentación

Prólogo

Ana Carla Fonseca Reis

Introducción

Ana Carla Fonseca Reis

VISIONES GLOBALES

La Economía Creativa: ¿Es una Opción de Desarrollo Factible?

Edna dos Santos-Duisenberg

Visión Global: De las Inquietudes Conceptuales a una Agenda de Investigaciones Yudhishtir Raj Isar

ÁFRICA

La Economía Creativa y la Erradicación de la Pobreza en África: Principios y Realidades

Máté Kovács

AMÉRICAS

Convirtiendo la Creatividad Brasileña en Recurso Económico

Ana Carla Fonseca Reis

México: Tecnología y Cultura para un Desarrollo Integral

Ernesto Piedras

Feria La Economía Creativa y las Posibilidades de Desarrollo en Argentina
Facundo Solanas

La Economía Creativa como Estrategia para el Crecimiento y la Regeneración de Riqueza en Jamaica y en el Caribe
Andrea M. Davis

ÁSIA

La Economía Creativa como Estrategia de Desarrollo: La Perspectiva Hindú
Sharada Ramanathan

Tendencias Actuales de la Industria Cultural China: Introducción y Reflexión
Xiong Chengyu

Los Sectores Creativos: Perspectivas desde la Región de Asia-Pacífico
Pernille Askerud

Índice

Créditos

Economía creativa : como estrategia de desarrollo : una visión de los países en desarrollo / organización Ana Carla
Fonseca Reis. – São Paulo : Itaú Cultural, 2008.

277 p.

ISBN 978-85-85291-87-7

Bajar libro completo en formato PDF (3 MB)

Versión en Español

Versión en Portugués

Versión en Inglés