

Investigación

RED ACADÉMICA PARA EL FORTIFICACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE LA ECONOMÍA CREATIVA EN LA AMAZONÍA

Maria do Perpétuo Socorro Rodrigues Chaves
Doctora, Universidad Federal de Amazonas, Brasil, e
E-mail: socorro.chaves@ig.com.br

Nerina Lúcia Alves de Carvalho
Master, Universidad Federal de Amazonas, Brasil

RESUMEN

El concepto de Economía Creativa ha sido debatido durante el último decenio en países con contextos culturales, sociales y económicos diferentes. La economía creativa es el ciclo que abarca la creación, producción y distribución de productos y servicios que utilizan el conocimiento, la creatividad y los activos intelectuales como los principales recursos productivos de la riqueza cultural. En Brasil, en 2013, el Ministerio de la Cultura (MinC) creó el Observatorio de Economía Creativa del Brasil (OBEC) con propuesta de coordinación de acción que se extendieron a lo largo de la sociedad brasileña y hace la coordinación de la promoción de las políticas públicas de cultura, apoya la acción ciudadana y la diversidad cultural para fortalecer el papel cultural de los grupos y de las comunidades, con el acceso a los bienes culturales. La Universidad Federal de Amazonas, en 2013, en el ejercicio de sus compromisos éticos, políticos y sociales en la región amazónica, como parte de la red brasileña de la economía creativa del MinC, hay organizado el Observatorio de Economía Creativa del Estado del Amazonas (OBEC-AM) cuyo objetivo es mapear los estudios existentes sobre producción y consumo de la Economía Creativa; fomentar nuevos estudios y crear un sistema de información y el intercambio de experiencias, espacios para la innovación entre los productores y agencias de desarrollo; y formar profesionales. El resultado del trabajo del OBEC-AM es la promoción de acciones interactivas de difusión, intercambio, información para las políticas públicas y estructuración de acciones técnica dirigida a las habilidades creativas.

Palabras clave: cultura, economía creativa, economía de la cultura

Recibido: 18 - 01 – 2017 - **Aceptado:** 15 - 02 – 2017

ABSTRACT

The concept of Creative Economy has been debated during the last decade in countries with different cultural, social and economic contexts. The creative economy is the cycle that encompasses the creation, production and distribution of products and services that use knowledge, creativity and intellectual assets as the main productive resources of cultural wealth. In Brazil, in 2013, the Ministry of Culture (MinC) created the Observatory of Creative Economy of Brazil (OBEC) with a proposal for coordination of action that was extended throughout the Brazilian society and coordinates the promotion of the public policies of culture, supports citizen action and cultural diversity to strengthen the cultural role of groups and communities, with access to cultural assets. The Federal University of Amazonas, in 2013, in the exercise of its ethical, political and social commitments in the Amazon region, as part of the Brazilian network of the creative economy of the MinC, has organized the Observatory of Creative Economy of the State of Amazonas (OBEC-AM) whose objective is to map existing studies on production and consumption of the Creative Economy; promote new studies and create an information system and the exchange of experiences, spaces for innovation among producers and development agencies; and train professionals. The result of the work of OBEC-AM is the promotion of interactive actions of dissemination, exchange, information for public policies and structuring of technical actions aimed at creative skills.

Keywords: culture, creative economy, economy of culture

ACADEMIC NETWORK FOR THE FORTIFICATION OF THE RESEARCH OF THE CREATIVE ECONOMY IN THE AMAZON

Maria do Perpétuo Socorro Rodrigues CHAVES

PhD, Federal University of Amazonas, Brazil, e
E-mail: socorro.chaves@ig.com.br

Nerina Lúcia Alves de Carvalho

Master, Federal University of Amazonas, Brazil

1. INTRODUCCIÓN

A las gentes de mis pueblos que me enseñaron a ser rico de corazón. (J. Hyades)

El concepto de Economía Creativa ha sido muy debatido durante el último decenio en países con contextos culturales, sociales y económicos diferentes. La economía creativa es el ciclo que abarca la creación, producción y distribución de productos y servicios que utilizan el conocimiento, la creatividad y los activos intelectuales como los principales recursos productivos. Comprende el ciclo de creación, producción, distribución/difusión y consumo/disfrute de los bienes y servicios que se caracterizan por el predominio de su dimensión simbólica.

El concepto de Economía Creativa ha sido debatido durante el último decenio en países con contextos culturales, sociales y económicos diferentes. La economía creativa es el ciclo que abarca la creación, producción y distribución de productos y servicios que utilizan el conocimiento, la creatividad y los activos intelectuales como los principales recursos productivos de la riqueza cultural. En Brasil, en 2013, el Ministerio de la Cultura (MinC) creó el Observatorio de Economía Creativa del Brasil (OBEC) con propuesta de coordinación de acción que se extendieron a lo largo de la sociedad brasileña y hace la coordinación de la promoción de las políticas públicas de cultura, apoya la acción ciudadana y la diversidad cultural para fortalecer el papel cultural de los grupos y de las comunidades, con el acceso a los bienes culturales.

La Universidad Federal de Amazonas, en 2013, en el ejercicio de sus compromisos éticos, políticos y sociales en la región amazónica, como parte de la red brasileña de la economía creativa del MinC, hay organizado el Observatorio de Economía Creativa del Estado del Amazonas (OBEC-AM) cuyo objetivo es mapear los estudios existentes sobre producción y consumo de la Economía Creativa; fomentar nuevos

estudios y crear un sistema de información y el intercambio de experiencias, espacios para la innovación entre los productores y agencias de desarrollo; y formar profesionales. En 2015, el Ministerio de la Cultura y el OBEC-AM han adoptado el concepto de economía de la cultura.

Los segmentos creativos corresponden a las actividades económicas que el generador del acto creativo de valor simbólico es un elemento central de la formación de los precios, lo que resulta en la producción de la riqueza cultural.

El OBEC-AM ofrece la promoción de acciones interactivas de difusión e intercambio de informaciones para la formulación y promoción de políticas públicas que: contribuyan con recursos logísticos y financieros para invertir en la creación de infraestructuras, la producción, la distribución, circulación y consumo; disfruten de los bienes y servicios creativos; apoyen la estructuración de educación técnica dirigida a las habilidades creativas; promuevan la coordinación y estimulen el desarrollo de los esfuerzos creativos como una forma de reconocimiento al empresario creativo y multipliquen las experiencias exitosas.

El resultado del trabajo del OBEC-AM es la promoción de acciones interactivas de difusión, intercambio, información para las políticas públicas y estructuración de acciones técnica dirigida a las habilidades creativas.

2. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

La sociedad avanza manteniendo viejos desafíos y dilemas, como conflictos sociales y culturales y problemáticas que se han crecido a lo largo de la historia humana. La economía globalizada presenta para la sociedad valores marcados por profundas transformaciones socioculturales y alteraciones radicales del ambiente natural, provocadas por los

impactos del modo de producción de bienes y de consumo predominantes.

Diferentes investigaciones sobre cultura relatan la existencia de una paradoja sin precedentes en la relación de los hombres entre sí. Por un lado, el vigoroso avance científico y tecnológico como jamás había sido contemplado a lo largo de la historia de la humanidad. Pero, por otro lado, en el mismo contexto contemporáneo se manifiesta una crisis profunda ambiental, social y económica.

Los países y regiones pobres albergan el 75% de la población mundial que viven en condiciones de riesgo y vulnerabilidad social y ambiental, en un foso de exclusión social, por no tener acceso a bienes y servicios sociales adecuados.

Entre los estudios, las posiciones divergen, unos asumen una contundente crítica al expansionismo del carácter excluyente del capital, incluso identificando diversas formas de resistencia emergentes en el plano de la sociedad, son las luchas por la autonomía de las culturas y la búsqueda por la sostenibilidad ambiental y social. Tales temas marcan tendencias importantes en el siglo XXI. En estos estudios, los cuestionamientos a los viejos patrones de crecimiento económico que relegan a segundo plano el desarrollo humano y sostenible, están siendo puestos en jaque - en este estudio se comparten esta perspectiva.

En esta perspectiva se entiende que los debates acerca de la cultura, en la dinámica de la actual coyuntura, cada vez ganan mayor centralidad. Esto ha sido contemplado en las innumerables manifestaciones por todos los cuadrantes del planeta, haciendo imperativo que programas y políticas públicas de desarrollo tengan en cuenta sus singularidades y multiplicidad. Como resultado de las luchas sociales, en el plano económico, nuevas vertientes de la economía toman forma: la Economía Creativa y la Economía de la Cultura.

Las prácticas de Economía Creativa-EC ganaron potencia en el último cuadrante del siglo XXI. El concepto de EC, adopta como referencia el conocimiento y la cultura, teniendo la creatividad como fuerza motriz. La gran conectividad de la sociedad de la información proporcionó el campo fértil y la oportunidad para la economía de apropiarse de valores sociales y culturales para la generación de bienes, productos, servicios, marcas y otros.

En este modo, la experiencia pionera fue el proyecto Creativo Nación (1994), Australia, que mostró la importancia de la creatividad para la economía y el desarrollo del país. Esta experiencia, moldeada por las prácticas neoliberales y conducidas por el gobierno británico, bajo la coordinación del primer ministro, Tony Blair, que rápidamente reunió a diversos sectores de la sociedad británica para debatir las tendencias del mercado, sus ventajas competitivas y los sectores más prometedores para el siglo 21. En el campo de la economía creativa, la industria creativa británica tomó el rango superior del mundo, y es considerado hoy en día como una referencia.

En el I Foro Internacional de las Industrias Creativas, realizado en Rusia en 2002, se discutió como las industrias que se basan en la creatividad, las habilidades y los talentos individuales, alcanzan potencial para la creación de riquezas y empleos con la protección de la propiedad intelectual. Así, se creó un movimiento conocido como Giro Cultural, que surgió de la asociación de los fenómenos simultáneos: las condiciones materiales proporcionadas por la sociedad del conocimiento, la expansión de los sistemas de comunicación entre culturas diferentes.

Hay un extenso grupo de estudiosos (DCMS, 2005; HOWKINS, 2001; 2005; LANDRY, 2005; MITCHELL y otros, 2003) que señalan el crecimiento del contingente de países y ciudades del mundo que desarrollan diligencias para aprovechar su desarrollo económico a partir del incentivo a las prácticas de Economía

Creativa. Así, los agentes de cultura pasan a ser identificados como agentes importantes para el desarrollo, sus producciones ganan status de patrimonio cultural, las manifestaciones artísticas culturales reciben mayor apoyo de las industrias culturales.

En los años 2000, la expansión de la Economía Creativa en Brasil fue apoyado bajo la conducción del Ministerio de Cultura, que propone algunas acciones como: la reanudación en la formulación de políticas públicas en el campo de la cultura; la formulación de legislación cultural en las esferas federal, estadual y municipal; la mayor presencia de la cultura en los discursos políticos (la "culturalización" de la política); el apoyo para investigaciones en el campo cultural con la creación de los observatorios de economía creativa; la promoción de acciones formativas y de emprendimiento para el sector (un ejemplo son las incubadoras creativas).

La economía creativa permitió que los movimientos populares avanzaran en una trayectoria de cambio gradual de paradigma, haciendo emerger una nueva vertiente de posición más crítica y de perfil holístico: la Economía de la Cultura. Aunque la economía creativa, movilice los mismos sectores productivos y transite en las mismas esferas sociales de la economía de la cultura, los movimientos sociales y académicos se basan en el reconocimiento de que el capital se ha agravado de los activos materiales e inmateriales, modelando una nueva senda a los propósitos expansionistas.

En esta tendencia emergente, la cultura y la economía son enunciadas como portadoras de naturalezas políticas diferentes e incluso contradictorias. Los movimientos sociales utilizan el término Economía de la Cultura como una nueva percepción del significado de la cultura, como matriz dinámica de los sentimientos y percepciones comunitarias, protagonizadas por los sujetos a partir de

sus expresiones culturales como elemento propulsor de las condiciones efectivas de desarrollo con sustentabilidad.

La economía creativa es una producción que valora la singularidad, lo metafórico y lo que es intangible. Basada en la creatividad abarca las dimensiones culturales: simbólica, ciudadana y económica. En la última década, Reis et al (2008) afirma, en sus estudios, que pocos conceptos han sido más debatidos, menos definidos y tan poco considerado tan filtrado, traducido y reinterpretado a los países con contextos culturales, sociales y económicos diferentes en una miríada de áreas: clusters creativos, ciudades creativas, industrias creativas, activos creativos y otros.

La economía creativa es el ciclo que abarca la creación, producción y distribución de productos y servicios que utilizan el conocimiento, la creatividad y los activos intelectuales como los principales recursos productivos. Comprende el ciclo de creación, producción, distribución, difusión y consumo, disfrute de los bienes y servicios que se caracterizan por el predominio de su dimensión simbólica.

Los segmentos creativos corresponden a las actividades económicas que el generador del acto creativo de valor simbólico, es un elemento central de la formación de los precios, lo que resulta en la producción de la riqueza cultural. Los principales segmentos reconocidos como creativos son:

- 1) Expresiones culturales: artes visuales, manifestaciones populares, artes interpretativas, artes escénicas;
- 2) Creaciones funcionales: prestación de servicios creativos;
- 3) Industrias culturales: audiovisuales, producción del contenido, impresos, publicaciones y medios.

Los sectores culturales son compuestos por muchas actividades que son:

- a) Actividades vinculadas: compuestas de segmentos de provisión directa de bienes y servicios - equipos y electrónica, computación, librerías, editores y quioscos de prensa, el soporte técnico de software y hardware, la impresión de libros, periódicos y revistas, ferias, simposios, festivales y mercado del arte, textil y confección de ropa, gestión del espacio, grabación, reproducción y transmisión de sonido e imagen;
- b) Actividades de apoyo: suministro indirecto de las actividades de bienes y servicios: asesoramiento de expertos, construcción civil, infraestructura y servicios urbanos, comercio, crédito, turismo (culturales, basada en la comunidad), seguros, ley (marco jurídico) y contabilidad.

Las cadenas productivas de la cultura se forman por Arreglos y Sistemas Productivos e Innovadores, compuesto por: industrias culturales, instituciones culturales y culturales de la cultura popular.

Entre las diversas concepciones de economía creativa se destaca la de Howkins (2001) que define la economía creativa como actividades resultantes de personas ejercitando su imaginación y explorando su valor económico, cuyos procesos involucran la creación, producción y distribución de productos y servicios usando el conocimiento, la creatividad y el capital intelectual como recursos productivos.

Propopiuck et al (2013 apud CHAVES & CARVALHO et al 2016, p.273) indica que "(...) la economía se ha utilizado por los países desarrollados para revitalizar el crecimiento socioeconómico y fomentar la innovación, sobresaliendo como estrategia importante para reducir el desempleo y para la mejora de los niveles de competitividad de regiones y localidades".

En la contemporaneidad, las aceleradas revoluciones tecnológicas que alcanzan el contexto de la Amazonía generan cambios significativos en las relaciones de producción, de trabajo, de consumo y de vivencia, alcanzando hasta las comunidades más distantes de los centros urbanos (CHAVES, 2007).

Cabe destacar que, aunque se reconoce el potencial que guarda la Economía Creativa, en la región amazónica se hace necesario adoptar las prácticas basadas en la Economía de la Cultura (EC). En esta perspectiva, la Economía de la Cultura adopta un enfoque amplio, multidisciplinario, que asocia economía, cultura y tecnología, en la generación de productos, procesos y servicios con contenido creativo, enraizada en el valor cultural, en el protagonismo social.

En la Economía de la Cultura, los objetivos de mercado priorizan los mercados justos que están en franca expansión por diversos contextos. Esta valoriza las actividades y segmentos de la economía que utilizan su base cultural, la creatividad y formas innovadoras de cooperación organizacional en la generación de productos, procesos, servicios, marcas y prácticas de gestión: los pueblos tradicionales. (CHAVES, 2017)

Asimismo, se entiende que la Economía Creativa al ser practicada por comunidades locales posibilita que las mismas creen emprendimientos a partir de las bases de la cultura local y de los conocimientos tradicionales para potenciar las acciones afirmativas de ciudadanía y sostenibles al contexto socioambiental local. (CLAVES, 20)

En cuanto a las cuestiones sociales, Reis et al (2008, p.61) indica que la formulación de políticas de fomento sobre la economía creativa local influye positivamente en la generación del empleo, la promoción de la inclusión social y la mitigación de la pobreza, permitiendo que, en algún momento, las clases sociales participantes, actúen como productoras y en otros momentos como consumidoras.

La crítica presentada por la autora antes citada corresponde a efectuar una reflexión en el sentido de considerar que el campo intelectual (Bourdieu) se instituye como espacio estructurado a partir de las posiciones ocupadas por los actores en la dinámica que establecen con los otros campos constitutivos de la vida social. Este campo está marcado por los juegos de poder, por su vinculación directa con el campo político, este último estructurante de las posiciones que los intelectuales ocupan en su propio espacio de actuación (define hegemonías, polémicas, controversias y ritos que afirman o marginalizan 'lugares de habla').

Igualmente, los agentes sociales se sitúan en un determinado "lugar de habla": la cultura. Esta se revela como producto de la memoria histórica de los grupos de sus saberes, actúa como factor de preservación de las experiencias transmitido en el proceso de socialización y adquirido en las experiencias vividas y, simultáneamente, actúa en el tiempo presente como movilizadora de las capacidades creativas, en un movimiento dialéctico de conservación y creación.

Demo (1999, p. 57) afirma que: "El lastre cultural cristaliza la historia de la comunidad, los valores y símbolos cultivados, los modos de ser y de hacer, así como los modos de producir y de identificación mutua." La relación hombre-hombre-la naturaleza, por lo tanto, está mediada por la cultura, en su capacidad para cubrir un sistema de valores, prácticas e instituciones que de alguna manera a dar forma a las acciones de los individuos, como una especie de arquitecto de la producción estética (Mendes & Sachs, 1997), que conforma las prácticas, siendo al mismo tiempo creador y criatura. En un esquema complejo que intercambia conocimientos, habilidades, prácticas y técnicas en la producción de artefactos y tecnologías; al mismo tiempo dando sustancia a las relaciones de los hombres/mujeres entre sí y con la naturaleza.

En el ámbito de las ciencias sociales, un estudio se ha convertido en referencia en el enfoque que asocia la

cultura y la economía, entre ellos destaca el trabajo elaborado por Max Weber (1864-1920) que estudió la influencia de la cultura sobre el comportamiento económico, su investigación desveló el papel de la religión (que se sitúa en el campo de la cultura) en el desempeño económico de una sociedad.

Se discute en diversos estudios que, a lo largo de los procesos históricos, la interacción progresiva entre sociedad y naturaleza, además de la producción de artefactos materiales, produjo un conjunto muy diversificado de valores, saberes y habilidades que instituyen como síntesis la cultura. La cultura representa la expresión de los saberes, orienta las prácticas y comprende los valores que la sociedad asimila y produce sobre su medio, mediada por la relación de los hombres entre sí y en sus interrelaciones con la naturaleza. En un proceso continuo y complejo que incide tanto en el mantenimiento, actualización y también de transformación de valores, saberes y prácticas (Chaves, 2006).

En esta perspectiva, se toma como referencia el enunciado del Primer Informe del Desarrollo Humano (1990 apud PNUD, 2015), que indica que el desarrollo significa ampliar las elecciones humanas atribuyendo mayor destaque a la riqueza de las vidas humanas, y no, de forma reductora, a la riqueza de las economías.

La economía de la cultura comprende las interrelaciones entre hábitos, actividades culturales y vida económica, en que los factores culturales influyen las prácticas innovadoras por la constitución de una nueva sociabilidad política, a partir de la valorización y de la centralidad de la cultura con protagonismo social.

El protagonismo es un concepto de origen griego, designando al "luchador principal de un torneo" (KLEIN, 2009). Además de ser ampliamente utilizado por la sociedad política, su adopción en las ciencias humanas y sociales se hizo para instrumentalizar la designación

de los "actores que configuran las acciones de un movimiento social" (GOHN, 2005 apud KLEIN, 2009). Como indica Klein (2009), el protagonismo es un concepto cuyo significado es relacional, su acepción es forjada en relación a los diferentes sujetos participados de un acto. Este acto es notoriamente negado por la lógica productivista del capital, fundada en las necesidades inmediatas de dominio sobre la explotación de los recursos naturales para reproducción económica, que ordena la producción de riquezas transformando y reduciendo la naturaleza, meramente, en materia prima para producción de mercancía que generen beneficios inconmensurables. Esta concepción de naturaleza hace suscitar posicionamientos críticos de los movimientos de la sociedad civil organizada que inciden directa o indirectamente en el trato y en la distinción dada a la cuestión ecológica en la sociedad contemporánea.

En Brasil, las políticas públicas asumieron un papel de mayor relevancia hace poco más de una década. La Secretaría de Economía Creativa (SEC), del Ministerio de Cultura, creada por el Decreto 7743, de 1º / 06/2012, tenía la misión de conducir la formulación, implementación y el monitoreo de políticas públicas para el desarrollo local y regional, el apoyo y el fomento a los profesionales ya los micro y pequeños emprendimientos creativos brasileños con el objetivo de hacer de la cultura un eje estratégico en las políticas públicas de desarrollo del estado brasileño.

Así, el Observatorio de Economía Creativa del Estado de Amazonas, en la región Amazónica brasileña fue creado con este propósito y se presenta como un centro de investigación sobre la economía creativa y de la cultura local, además de convertirse en un sistema colaborativo de varios segmentos del área académica en el intercambio y generación de conocimiento, posibilitando a los pueblos amazónicos, de la capital e interior del estado la búsqueda de mejoras para las ciudades en su desarrollo económico y sustentable.

3. METODOLOGÍA

Vinculado a Universidad Federal de Amazonas (UFAM), el OBEC-AM está ubicado en la Amazonía Brasileña, en el Estado de Amazonas que es lo más central y preservado en el país. Además de ser el estado más grande de la zona del país.

La UFAM fue creada en 1909 – es la universidad más antigua de Brasil –, posee 45.900 técnicos, docentes y estudiantes; 06 campus actúan en 62 municipios. Por el reconocimiento de que la compleja situación que enfrenta para lograr la sostenibilidad en el ejercicio de sus prerrogativas y compromisos éticos, políticos y sociales, la UFAM hay organizado un programa de gestión innovadora: el OBEC-AM.

El OBEC-AM abarca un conjunto de líneas de búsqueda, las principales líneas de investigación son:

- Las políticas públicas;
- La inclusión social y la sostenibilidad;
- Innovación cultural y tecnologías sociales, tecnologías verdes (ambientales) y servicios auxiliares y diseño;
- Conocimientos tradicionales;
- Turismo de base en la comunidad.

A partir de sus líneas de investigación el OBEC-AM desarrolla:

- El mapeo de los estudios existentes sobre la Economía Creativa con levantamiento de información y datos de producción y consumo en el Estado de Amazonas;
- La construcción de una base de datos que contiene los conocimientos en Economía Creativa;
- Estudios sobre economía creativa en el Amazonas;
- Un sistema de información que facilita la comunicación y el intercambio de experiencias;

- Apoyo la creación de espacios para la innovación entre los productores, agencias de desarrollo y personal interno;
- La formación de profesionales en el área de Economía Creativa.
- Participación en la Red de Laboratorios Ciudadanos;
- Proyecto de cooperación técnica con la Universidad Colombiana Antonio Nariño.

Los segmentos creativos vinculados con el OBEC-AM son: El patrimonio cultural y natural; Artesanía; Culturas populares, indígenas y afro-brasileñas; Artes visuales y digitales; Danza, música, circo y teatro; Audiovisual (incluyendo juegos electrónicos); Libro, Publicaciones y Medios impresos; Lectura y Literatura; Moda; Diseño; Arquitectura y Urbanismo; Gastronomía Regional; Turismo Cultural y Sostenible. Es importante destacar, que el OBEC-AM permanece accesible para la incorporación de nuevas áreas que puedan ser identificadas por los investigadores.

El modelo de enfoque de los estudios es producir los fundamentos teóricos prácticos en diversas áreas como en los procesos de gestión de la innovación, sobre los Arreglos de Sistemas Productivos e Innovadores Locales, en la producción instrumental, desde el enfoque interdisciplinario.

En este trabajo, el OBEC-AM contó con el apoyo de diversas alianzas con agentes locales, regionales, nacionales e internacionales, entre ellas destacan la cooperación técnica con Instituciones Internacionales:

- Colaboración con la Universidad Politécnica de Valencia;
- Participación en Red Latinoamericana de Universidad Emprendedoras Sociales;
- Participación en la Red Iberoamericana de Empresas Socialmente Responsable;
- Participación en la Red de Investigación, Extensión e Innovación Social para la Inclusión del Parque Científico y Tecnológico para la Inclusión Social - PCTIS / UFAM / MCTI / SECIS;

Las investigaciones promocionaron el mapeo de las estrategias y mejores prácticas de rescate del patrimonio y el desarrollo del potencial económico local, la difusión de la cultura y de prácticas de EC (Economía Creativa) para la difusión, divulgación y el intercambio de información sobre este tipo de experiencia y la identificación de nuevas herramientas y habilidades para el fortalecimiento del potencial de la gestión de los mercados locales.

Desde su creación los investigadores del OBEC-AM implementaron varios procedimientos técnicos operativos como:

- La producción de la investigación multidisciplinaria sobre la cultura, consolidándose como una referencia para la investigación en el campo de los estudios culturales;
- La cooperación y el intercambio intelectual entre los investigadores de la cultura dentro de la institución y en el universo de diversas instituciones;
- La participación en la red de investigadores en estudios de la cultura;
- Capacitación de investigadores en la cultura;
- Organización y gestión de la colección y la base de datos sobre la cultura.

4. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

En Brasil, la Secretaría de Economía Creativa – SEC fue creada por el Decreto 7.743, de 1 de junio de 2012, vinculada al Ministerio de Cultura – MinC y fue extinguida en 2015 y sus acciones fueron redirigidas a la Secretaría de Políticas Culturales del MinC. La extinta SEC tuvo como misión conducir la formulación,

implementación y el monitoreo de políticas públicas para el desarrollo local y regional, priorizando el apoyo y el fomento a los profesionales y los micro y pequeños emprendimientos creativos brasileños con el objetivo de hacer de la cultura un eje estratégico en las políticas públicas de desarrollo del Estado brasileño.

La SEC/MinC organizó el Observatorio Brasileño de Economía Creativa (OBEC), como un programa de trabajo que objetivó estimular la producción y difusión de informaciones estratégicas y conocimiento crítico sobre la economía creativa brasileña. Para nutrir el OBEC se fomentó estudios sobre el impacto de la economía creativa en la dinámica cultural, social y económica del país, en busca de identificar un camino para alimentar la reflexión y el debate sobre el tema y estimular la constitución de una red de investigadores, especialistas, agentes gubernamentales y representantes de los sectores creativos.

En la perspectiva del establecimiento de lazos nacionales en el campo de la economía creativa para integrar y articular acciones con los diferentes entes de la Federación permitiendo que la dinámica interna de los Estados y Municipios que pudieran estar vinculados en una dinámica nacional e internacional, el OBEC definió como uno de sus objetivos específicos más importantes el incentivo a que los estados de la Federación implantaran sus propios Observatorios Estatales de Economía Creativa, favoreciendo así la construcción de una red de estudios e investigaciones en torno de OBEC.

De esta forma, la Universidad Federal de Amazonas, por medio de la Pro-rectoría de Innovación Tecnológica (PROTEC) aceptó el desafío y elaboró un proyecto de implantación del Observatorio de Economía Creativa del Estado de Amazonas (OBEC-AM), fundado el 1º/11/2013. El OBEC-AM es parte de la red brasileña de información y segmento de la economía creativa (que forman La REDEC que contiene total de 6 observatorios estatales).

El OBEC-AM fue constituido por un conjunto de agentes públicos y privados reunidos en una amplia red de estudios e investigaciones. Los objetivos que guiaron su creación fueron alineados a las proposiciones del MinC, son ellos:

- 1) Mapeo de los estudios existentes y promoción de investigaciones sobre Economía Creativa con levantamiento de informaciones y datos de producción y consumo en el Estado de Amazonas con la estructuración de una Base de Datos;
- 2) Creación de un sistema de información, que facilita/promueve la comunicación, el debate y el intercambio de experiencia por la interacción entre los diferentes actores;
- 3) Creación de un espacio de negociación entre los productores, incubadoras, agencias de fomento y otros agentes internos;
- 4) Capacitación de profesionales en el área de economía creativa.

En noviembre de 2013, el OBEC-AM lanzó su primer edicto, se inscribieron 38 proyectos para aprecio y 23 fueron seleccionados, concluidos en marzo de 2014. En esa primera fase los proyectos realizaron investigación bibliográfica sobre el estado del arte en economía creativa en el Estado de Amazonas. Además de los proyectos, varias actividades como eventos nacionales e internacionales, conferencias y alianzas fueron y son desarrolladas con la finalidad de generar conocimiento y diseminar informaciones sobre el tema. En resumen, el OBEC-AM en números generó los siguientes productos:

- 75 proyectos de investigación desarrollados;
- 300 investigadores involucrados;
- 2 proyectos internacionales desarrollados;
- 5 asociación internacional desarrollada;
- La publicación del primer libro de economía creativa del estado del amazonas;
- Publicación del portafolio de los 23 proyectos del primer edicto

- Publicación de un cómic titulado "oportunidades en red: una guía de economía creativa", una asociación obec-am y la empresa strategos gestión cultural.

Los procedimientos técnicos operativos de investigación proporcionaron una mayor visibilidad a los bienes y servicios creativos existentes en la Amazonía, la producción de subsidios especializados para las políticas públicas para fomentar la EC, la promoción de acciones de fomento de la identidad de los grupos sociales y etnias involucradas por el rescate y valoración cultural, la identificación de la producción de bienes y servicios que han alcanzado el nivel excepcional de circulación, la estructuración de circuitos Itinerarios, Itinerantes e Interactivos e la red de bienes y servicios creativos creada.

Debido a las transformaciones políticas en el país con la extinción de la Secretaría de Economía Creativa y las alteraciones en el Ministerio de Cultura, a partir de 2016 sus acciones y actividades se redujeron.

Independiente de la situación económica y política del país, el OBEC-AM en estos 3 años de actividad proporcionó un amplio contenido informativo sobre el tema, lo que despertó el interés de investigadores de otros estados y de otros países para adquirir conocimientos en los segmentos creativos. Además, el OBEC-AM colaboró para, a través de los resultados de los proyectos, la identificación de su potencial en la economía creativa y de la cultura, estimulando incluso, en acciones y actividades de otros agentes externos a la UFAM. En términos administrativos, se organizó físicamente dentro de la PROTEC, un equipo de trabajo, además de la elaboración de un plan de actividades con metas e indicadores coherentes con la planificación estratégica de la PROTEC y alineados al Plan de Desarrollo de la UFAM.

En términos globales los resultados de los trabajos de investigaciones indican que la cultura de la economía es de rápido crecimiento en el mundo. Esta condición de celeridad, en principio, crea condiciones favorables que permiten que las nuevas tecnologías estén al alcance de todos. Esto también, propicia que ocurran diferencias no son sólo en el producto o en el servicio.

Además de comprender que la creatividad y la innovación generan importantes productos, procesos y servicios, es importante resaltar que sin duda alguna los asuntos sociales gana una mayor y mejor visibilidad en las políticas públicas. O sea, la necesidad de convertirse en prioridad el cuidado de la inclusión social de diversos segmentos sociales que estaban excluidos del desarrollo social y económico en las agendas de las instituciones públicas. Teniendo en cuenta que las prácticas de economía de la cultura proporcionan nuevas oportunidades en la parte inferior de la pirámide social.

Se entiende que los estudios deben avanzar aún más, pero, sin embargo, los estudios realizados hasta el momento ya indican que La Economía Criativa y, principalmente, la Economía de la Cultura contribuyen al nacimiento de talentos innovadores y para la autonomía cultural y social de los pueblos.

En lo que se refiere a la articulación entre economía creativa y desarrollo económico en la sociedad, los estudios indicaron que la dinámica cultural empuja los sistemas y los resultados económicos y genera motivación para movilizar a las personas de los grupos. De esta forma contribuye al respeto a las relaciones interpersonales y la imparcialidad en la tomada de decisión así como influye en las cuentas económicas de las industrias que la gente hace.

Algunos hechos que ocurre en el escenario del Brasil y que muestran la presencia y la relevancia de esta expresión social y económica que es la economía

da cultura se presenta en la mayor presencia en el discurso político (la "culturización" de la política), el reconocimiento que han alcanzado los actores culturales que lleguen a ser reconocidos como actores del desarrollo. Así como el patrimonio cultural también pasó a ser percibido como capital social.

Otras características que revelan el papel relevante de la economía de la cultura en la escena contemporánea son los eventos culturales, el crecimiento de las industrias culturales y de la economía del turismo y la cultura todos percibidos como elementos que generan oportunidades de desarrollo. También se observa la valorización de los sitios y edificios patrimoniales como expresión que son respetados y que se convierten en objeto de las políticas públicas de preservación y mantenimiento.

Una conquista muy significativa que se multiplica en el campo de la educación de los cursos de formación para el sector, las inversiones en investigaciones y la formulación de las políticas públicas en los niveles federal, estatal y municipal.

El Sistema Cultural Brasileño, y el Ministerio de Cultura (MinC) apoyan la acción ciudadana y la diversidad cultural para fortalecer el papel cultural de la sociedad brasileña, la promoción de iniciativas culturales de los grupos y las comunidades excluidas, la ampliación del acceso a los bienes culturales, especialmente mediante el apoyo al proyecto, grupos, colectivos y entidades culturales.

El Sistema Nacional de la Cultura asume la responsabilidad de la coordinación de procesos, la gestión, la comunicación y la promoción conjunta de las políticas públicas de cultura, por pacto federativo cuyo propósito general es implementar políticas públicas de cultura democrática y permanente, acordado entre las entidades federativas y la sociedad civil con el fin de establecer y llevar a cabo el Plan Nacional para la Cultura, la promoción del desarrollo social con pleno

ejercicio de los derechos culturales y el acceso a las fuentes de la cultura nacional.

En 2015, la presidente Dilma asumió su nuevo mandato para el que fue reelegida, por lo que el Sr. Juca Ferreira fue nombrado Ministro del Ministerio de Cultura. El nuevo ministro ha propuesto el uso del concepto de economía de la cultura, de esta manera, las acciones de OBECs se extendieron a lo largo de la sociedad brasileña.

Pero la crisis política que asoló a Brasil, generó el impedimento de continuidad de la gestión Dilma y el vicepresidente que asumió el mandato extinguió el Ministerio de Cultura. La manifestación de los sectores culturales fue muy fuerte obligando al Presidente Temer a reabrir el MinC, pero hasta el momento no ha propuesto el apoyo necesario. Este hecho político generó una crisis fuerte en los sectores de la Economía Creativa. Sin embargo, hay un resentimiento de la lucha, ahora en torno al fortalecimiento de la economía de la cultura de los pueblos tradicionales.

5. CONCLUSIONES

Como proyecto, el OBEC-AM quedó vinculado al MINC hasta 2016 ya partir de 2017 pasó a tener autonomía en sus actividades, siendo hoy un grupo de investigación en el CNPQ (Consejo Nacional de Investigación).

La implementación de OBEC-AM ofrece la promoción de acciones interactivas de difusión e intercambio de informaciones para apoyar la formulación y promoción de políticas públicas que contribuye con recursos logísticos y financieros para invertir en la creación de infraestructuras, la producción, la distribución/circulación y consumo/disfrute de los bienes y servicios creativos.

El OBEC-AM apoya la estructuración de educación técnica dirigida a las habilidades creativas, promueve la coordinación y estimula el desarrollo de los esfuerzos creativos como una forma de reconocimiento al empresario creativo y multiplica las experiencias exitosas.

Los productos, procesos y servicios producidos bajo el apoyo del OBEC-AM abarcan el entorno de la creación propicio para el desarrollo de la economía creativa y aumento de los estudios superiores e investigaciones en el área de Economía Creativa. Pero, en relación a los productos, proceso y servicios, el OBEC-AM posibilitó identificar la producción de bienes y servicios que hayan alcanzado nivel de circulación/fruición, avanzó en la creación de un ambiente propicio para el desarrollo de la economía creativa, inició el mapeo de las estrategias y buenas prácticas de rescate del patrimonio y desarrollo del potencial económico local.

El OBEC-AM también desarrolló diversas acciones para diseminación de la cultura y de las prácticas de EC por la difusión y socialización de informaciones sobre esta modalidad de experiencia, basado en los estudios que permitieron la identificación de nuevas herramientas y habilidades para la gestión del potencial de fortalecimiento de los mercados locales.

Por último, cabe preguntarse ¿Qué significa en la sociedad la Economía Creativa? Con la experiencia que se ha presentado se puede responder: es la capacidad innovadora en que las personas trabajan el aprendizaje y el proceso creativo, cooperando en la generación de conocimiento y del trabajo colaborativo, incluyendo socialmente y colaborando en el desarrollo de la región, con la mejora del empleo y la renta.

6. BIBLIOGRAFÍA

Chaves, Maria do Perpétuo Socorro Rodrigues. (2017). Projeto de Pesquisa intitulado: Sustentabilidade das Práticas de Economia da Cultura dos Moradores do Puraquequara, em Manaus –AM.

Chaves, Maria do Perpétuo Socorro Rodrigues; CARVALHO, Nerine Lúcia Alves (2006). Economia Criativa. A experiência do Observatório de Economia Criativa do Amazonas. EDUA, Manaus.

Fonseca Reis, Ana Carla. (2008). Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento. Itaú Cultural. São Paulo.

Klein, G. (2009), *Streetlight and Shadows for the Keys to adaptive decision making*. MA. MIT Press Books.

Howkins, John. (2013). *Economia Criativa. Como ganhar dinheiro com idéias criativas*. M Brooks do Brasil, São Paulo.