

POLÍTICAS CULTURALES, ECONOMÍA CREATIVA Y DESARROLLO

Lala Deheinzelin

Para tratar del tema de políticas culturales que fomenten el desarrollo a través de Economía Creativa, dividí este artículo en cinco partes. En la primera parte explico porque utilizo este término y no Industria Creativa. Después, un rápido enfoque general de las políticas culturales en el Brasil, comparando el pasado con el futuro deseado. Enseguida trato de algunos factores llave en la construcción de políticas culturales pro-desarrollo y que premisas son necesarias para que estas políticas sean eficaces. Termino con algunos ejemplos seleccionados por la innovación y sintonía con tendencias del futuro. Opté por abordar un número mayor de asuntos, sin detallarlos, para que éstos sirvan de material para discusiones y reflexiones futuras y de terceros. Es importante resaltar que mi punto de vista es el resultado de experiencia práctica: soy una "hacedora". Mi enfoque viene de la práctica, no soy investigadora ni especialista teórica sobre el asunto. No tengo la intención de nada más que compartir reflexiones en base a mi experiencia.

1) CULTURA, INDUSTRIA CREATIVA, ECONOMÍA CREATIVA

Para comenzar me gustaría explicar porque utilizo el término Economía y no Industria Creativa e invitarlos a adoptar el mismo término, si es la perspectiva del Desarrollo [la](#) que les interesa. Se habla mucho sobre Economía Creativa, aunque todavía no se sepa bien lo que significa... Como dije, como "hacedora" me siento cómoda para atreverme un poco y proponer cosas que no estén de acuerdo con lo que se ha hablado al respecto hasta entonces. Así me atrevo a sugerir una serie de características que puedan ayudar a visualizar lo que es este sector que ha sido considerado una gran (tal vez la mayor...) estrategia de desarrollo para el siglo XXI.

Economía Creativa es un concepto que todavía esta siendo formado para nombrar un sector que incluye, aunque extrapole, la Cultura y las Industrias Creativas. Entonces vamos a ver un poco de estos tres sectores y lo que tienen en común.

La Cultura tiene intersecciones con la Industria y la Economía Creativas, aunque vaya más lejos, porque no todo lo que engloba puede tener una tendencia económica (a no ser que también se considere economía en una perspectiva ecológica y más abarcadora, ya que tiene la misma raíz: oikos, casa). En mi opinión (discúlpennos economistas ortodoxos...) la Cultura es el sector de mayor alcance, si consideramos cultura en su sentido antropológico y amplio (y no la confundimos con producción artística, una confusión muy común). En este sentido, me encanta una frase del escritor José Saramago, que va más o menos así "la Cultura es como la atmósfera: no la percibimos porque estamos inmersos en ella". Establecí una definición muy corta y práctica, de lo que representa para mi: **"Cultura es todo aquello que crea, y por lo tanto transforma, mentalidades (lo que pensamos) e costumbres (como hacemos)"**.

Esto porque creo que el mundo está hecho de (por lo menos...) dos dimensiones

Lala Deheinzelin

sobrepuestas, simultáneas e interdependientes: **el mundo tangible - nuestro ecosistema físico** (bastante conocido y reconocido) y **el mundo intangible - nuestro ecosistema cultural** (todavía no reconocido y estudiado de forma integrada y sistémica). Uno depende de la biodiversidad, el otro de la diversidad cultural. Propongo que comencemos a trabajar con la idea de ecosistema cultural y espero que en poco tiempo sea tan valorizado y estudiado como ha sido el ecosistema ambiental, físico. Estoy cada vez más convencida de que para tener resultados siempre necesitamos trabajar simultáneamente los aspectos tangibles e intangibles de cada situación o proceso.

Industria Creativa es tanto sector cuanto concepto adoptado por la mayoría de los países desarrollados, frecuentemente inspirados en el modelo (en realidad pionero) propuesto por el Reino Unido y que tiene como principal característica el hecho de originar Propiedad Intelectual (PI) y estar más centralizado en la producción, no englobando aspectos como distribución y acceso. Algunos dicen que la diferencia entre Industria y Economía Creativa es el hecho que esta última incluye distribución, aunque todavía muy dependiente de PI. Considero una diferencia demasiado sutil y que no abarca las numerosas dimensiones de la Economía Creativa.

Economía Creativa y Desarrollo

Ciertamente, si nuestra perspectiva es el desarrollo, y por desarrollo entendemos el proceso de ampliación de elecciones" (como sugerido por Amartya Sen), lo que favorece desarrollo es todo aquello que tiene carácter incluyente. Mientras que el atributo llave del siglo XX fue "exclusivo" (y PI está vinculado a este atributo), espero que el atributo llave del siglo XXI sea "inclusivo". Lo que distingue la Economía Creativa y la vuelve especialmente saludable del punto de vista social y económico, es justamente su carácter incluyente. A saber:

- Economía Creativa debe incluir ampliamente los aspectos intangibles y tangibles presentes. La cadena productiva propuesta por la economía (producción-distribución-consumo), a mí entender, no incluye etapas fundamentales y más conectadas a lo intangible, como la capacitación y la gestión de conocimiento (o sistematización de informaciones y prácticas). Así, precisamos otro modelo, incluyente. He trabajado con la idea de Ciclo de Desarrollo (no Cadena Productiva) de la Economía Creativa.
- Este **Ciclo de Desarrollo de la Economía Creativa** engloba todas las etapas del proceso creativo: **formación, creación, producción, distribución, acceso, gestión de conocimiento y memoria**. Cabe resaltar que cuando nos referimos a *proceso* estamos hablando de algo mayor que *procesamiento*, siendo este último un término más adecuado para cuando nos referimos a cadenas productivas y a Industria (Ej.: el procesamiento del hilo en vestuario o de la creación musical en fonograma).
- La Economía Creativa no trata sólo de productos, pero de procesos; siendo así, permite mayor sinergia y transversalidad, tan necesarios en un mundo donde todos los sectores, a pesar de interdependientes, todavía no tienen mecanismos para actuación integrada.
- Distribución, acceso y gestión de conocimiento son áreas llave en la Economía

Lala Deheinzelin

Creativa, porque son áreas altamente estratégicas, pues quien detiene su control, detiene el control de la cultura (= formación/transformación de mentalidades y costumbres).

- Debido a sus características, la Economía Creativa promueve mayores oportunidades de generar trabajo y renta, con el beneficio extra de estar asociadas a la inclusión y responsabilidad social. Creo que, así como el siglo XX fue el siglo de la imagen, el siglo XXI será el siglo del "cuidar". Así, el fascinante universo representado por la relación con el tercer sector (ONGs, sociedad civil organizada) ofrece múltiples oportunidades y alto grado de innovación.
- La Economía Creativa favorece la diversidad cultural al incluir el uso de conocimientos y técnicas tradicionales dentro de un enfoque contemporáneo. Ese es un aspecto fundamental para países en desarrollo, ya que nosotros generalmente tenemos enormes recursos culturales todavía poco aprovechados. Son saberes y haceres originados por las diferentes etnias que nos componen, por nuestras prácticas tradicionales y (algo nuevo y muy rico) por todas las poblaciones periféricas que, en las adaptaciones exigidas por su cotidiano, desarrollan prácticas creativas y de organización innovadoras.
- La Economía Creativa tiene una amplia gama de formas de organización: del mercado informal, pequeñas y micro-empresas hasta grandes corporaciones multinacionales. Incluir estos diferentes niveles de organización no es sólo necesario (imposible desconsiderar el enorme volumen de la informalidad y el papel de las pequeñas Y micro empresas), como lleva a nuevos modelos de organización más adecuados a la sociedad y economía del futuro, como economía solidaria, cooperativismo, gestión compartida.
- La Economía Creativa, por su multi-dimensionalidad, es un factor de integración de sectores y dimensiones de la sociedad. Esa integración es fundamental para que cambios realmente profundos puedan ser efectuados y para obtener mayor eficiencia. El desperdicio de recursos, tiempo y credibilidad causado por la falta de actuación articulada es uno de los factores más nefastos en la conducción de procesos de desarrollo.
- La Economía Creativa no está necesariamente conectada con la generación de Propiedad Intelectual, hasta porque este es un concepto que requiere profundas alteraciones. Mientras que hacía sentido en el siglo XX, hace cada vez menos sentido en el siglo XXI, en un escenario de convergencia tecnológica, de creaciones en base a otras creaciones, de intenso compartir de contenidos. Es un escenario que exige un equilibrio más racional entre los derechos del autor y los derechos de la sociedad y donde hay que prestar atención a áreas fuertes de la Economía Creativa (como la artesanía), que tiene un papel doble, económico y social, y no producen PI.

En síntesis, **el gran diferencial de la Economía Creativa es que promueve desarrollo sustentable y humano y no simplemente crecimiento económico.** Todas las características mencionadas permiten que, al promover la inclusión de segmentos periféricos de la población mundial, también **forme mercados.** Al final, no es más posible apenas pelearse por segmentos de un mercado que engloba solo 30 a 40% de la población mundial. Es necesario hacer con que los 60 a 70% restantes realmente adquieran ciudadanía, conquistando – entre otros papeles más importantes – también su papel como consumidor.

Lala Deheinzelin

Una vez explicado porqué adoptar la expresión Economía Creativa (y no Industria) voy a presentar una breve exposición de características actuales de la política cultural en el Brasil para luego enseguida pasar para un enfoque del futuro (compartible con otros países), que es lo que más me interesa. Al final, la realidad debe ser punto de partida, no de llegada. Y, como dice Peter Drucker, "la mejor manera de prever el futuro es criándolo".

2) BRASIL Y POLÍTICAS CULTURALES

"El pueblo sabe lo que quiere, pero también quiere lo que no sabe"

Gilberto Gil

Primeramente, veamos algunas características de las políticas culturales en el Brasil.

El hecho de que, en los años 70/80, salimos de una dictadura política para una "dictadura de mercado" causada por la liberalización, hizo con que nunca tuviéramos gestores culturales propiamente dichos. El resultado es que todavía confundimos productores culturales con gestores e incentivo fiscal para cultura con política cultural. Apenas en los últimos años eso comenzó a cambiar, con la intensificación de la formación específica para gestores y la profesionalización de la gestión cultural tanto a nivel gubernamental como empresarial.

Una situación gravísima que enfrentamos es la falta de credibilidad en los gobiernos (salvo raras excepciones), una seria consecuencia de los sucesivos cambios políticos mal administrados. A cada cambio gubernamental ocurren cambios hasta el cuarto o quinto escalón. Por eso no existe continuidad en los procesos, ni gestión de los conocimientos acumulados. Algunos resultados (aparte del gigantesco desperdicio):

- Mayores dificultades en establecer parcerías público – privadas. Esta dificultad está agravada por la extrema burocracia brasileña, que por su vez resulta de tentativas de contener la corrupción (que frecuentemente acaban teniendo efecto contrario, pues casi obligan la búsqueda de mecanismos ilegales para conseguir viabilizar lo que debe ser hecho).
- La sociedad civil organizada asume gran papel como agente de desarrollo y más recientemente las empresas también empezaron a estar más concientes de su relación de interdependencia con la comunidad, por lo tanto de su deber para con ella.

Un fenómeno muy bienvenido y saludable es el cambio de foco de los grandes centros para la "periferia". La necesidad y la cooperación hacen con que surjan de ahí las experiencias más innovadoras, creativas y con formas de gestión que pueden constituir modelos para el futuro.

Donde estábamos y para donde vamos

Haciendo una comparación entre lo que ocurría en el pasado y lo que se espera del futuro llegamos al cuadro abajo, auto-explicativo. Profundizarse en las cuestiones

Lala Deheinzelin

levantadas en cada línea no es el objetivo de este artículo, cuyo objetivo es crear una visión general del tema y proponer algunas estrategias para tratarlo.

POLÍTICAS CULTURALES - COMPARATIVO

	PASADO	FUTURO
PÚBLICO ALVO	Emprendedores Culturales	Comunidad
COMO	Eventos	Procesos
RELACIÓN	Pasiva	Activa
RECURSOS	Pulverizados para atender demanda	Foco en acciones planeadas
SELECCIÓN	Influencia/ atiende intereses personales y partidarios	Criterios/ atiende intereses de la comunidad
RESULTADO	Efímero, paliativo	Deja residuos, produce desdoblamientos
GESTIÓN	Alta rotación , “empreguismo”	Profesionalizada, especialistas
PLANEAMIENTO	Por demanda, selecciones personales	Sigue plan gestor democrático
TIEMPO	Descontinuado: tiempo de la gestión	Continuidad, sigue el plan propuesto
ARTICULACIÓN	No hay, por falta de credibilidad, mediadores y métodos transversales	Credibilidad y mediadores permiten acción transversal y articulada
ACCIÓN	Reactiva, atendiendo demandas y por lo tanto no es estructurante	Inductiva, por lo tanto produce innovación y es sostenible
OPTIMIZACIÓN	Infructífero, alto grado de desperdicio de recursos y conocimiento producidos	Sistematización permite multiplicación de recursos y de prácticas de éxito.

Gestión Gilberto Gil

Me gustaría destacar los siguientes progresos, resumidamente:

Cambios de conceptos fundamentales en la gestión de Gilberto Gil:

- El Ministerio dejó de ser un “Ministerio de las Artes” para ser efectivamente de la Cultura, con un enfoque que más abarcador.
- Su foco de actuación también cambió: deja de atender principalmente a los intereses de artistas y emprendedores culturales para atender a los intereses de la comunidad (de la misma forma como un Ministerio de la Salud no tiene médicos como foco...)

La Cultura se volvió un derecho constitucional, después de la aprobación de la enmienda constitucional en agosto de 2005. Para que este derecho sea garantizado están siendo creados:

- Sistema Nacional de Cultura (SNC) – viabiliza la institución de políticas culturales con verdadero alcance, pues integra las instancias estatales y municipales al Sistema Federal de Cultura, que por su vez, articula las diferentes instituciones vinculadas al Ministerio de la Cultura, las cuales frecuentemente funcionaban aisladamente.¹
- Plano Nacional de Cultura (PNC), plurianual que hace con que la Cultura sea cuestión de estado. Eso es excelente, porque deja de ser cuestión de gobierno y por lo tanto sujetas a las (demasiadas) oscilaciones con cada cambio de gobierno. Hasta entonces, la práctica común es que cada gobierno nuevo (en las esferas municipal, estatal y federal) no da continuidad a los trabajos del anterior y en general destruye lo que había sido construido. Ese plano está siendo construido

¹ http://www.cultura.gov.br/programas_y_acciones/gestión_de_la_politica_de_cultura/sistema_nacional_de_cultura

democráticamente por la sociedad civil, a través de conferencias municipales, estatales y federales.

- Consejo Nacional de Cultura (CNC), reuniendo gestores públicos y representantes de la sociedad civil como el órgano que subsidia y supervisa la creación y aplicación del PNC y el funcionamiento del SNC.

El Programa que más merece ser destacado es el **Cultura Viva**², concebido como una red orgánica de creación y gestión cultural, mediado por los **Puntos de Cultura**, su principal acción. La implementación del programa prevé un proceso continuo y dinámico y su desarrollo es parecido al de un organismo vivo que se articula con organizaciones de la sociedad civil. En vez de determinar (o imponer) acciones y conductas locales, el programa estimula la creatividad, potenciando deseos y creando situaciones de participación social. Su misión es rescatar, incentivar y preservar la cultura brasileña, con especial atención a las manifestaciones que ocurren lejos de los grandes centros.

- Actúa en varios frentes, a partir de los Puntos de Cultura: Agentes Cultura Viva (primero empleo para jóvenes), Cultura Digital (herramienta que integra todos los demás proyectos), Escuela Viva (interacción entre los Puntos y las escuelas de la comunidad) y Griôs (valorización de los saberes tradicionales).
- Los Puntos de Cultura son el resultado de asociaciones entre organizaciones de la sociedad civil y el Ministerio de la Cultura y la idea del gobierno es, en lugar de utilizar presupuestos para comenzar nuevos proyectos, destinar recursos para actividades ya en funcionamiento. Las demás actividades se originan en los Puntos de Cultura que se integran en red a través de equipos de informática y audiovisuales recibidos por las instituciones seleccionadas.
- La formación de la red sirve como base para alcanzar el objetivo de todo el Programa - volver los Puntos auto-sustentables, lo que es reforzado a través de una relación muy interesante entre estos Puntos de Cultura y formas de gestión conectadas con la Economía Solidaria.

3) FACTORES LLAVES

Comparando experiencias y puntos de vista de varios emprendedores culturales de éxito, concluí que existen algunos factores llave para formulación de políticas culturales que favorezcan el desarrollo, sobre todo aquel que viene a través de la Economía Creativa. Nuevamente enfatizo que serán presentados de forma sintética, indicativa.

Tecnologías para lo Intangible: tecnologías culturales

Prefiero considerar que estamos en la era de la Creatividad y no en la Era de la Información, pues es cada vez más evidente que no basta apenas la información, es preciso saber como llegar a esta y como comprender y crear a partir de ella. Este momento se caracteriza por una creciente virtualización y por una mayor valorización de todo que es intangible, un momento que requiere tecnologías también intangibles,

Lala Deheinzelin

² http://www.cultura.gov.br/programas_y_acciones/cultura_viva
http://www.cultura.gov.br/sys/skins/cultura_viva_capa/img/cartilla_cultura_viva_pt-br.pdf

inmateriales. Las llamo de "tecnologías culturales", pues trabajan cambios de mentalidad, costumbres, relaciones y valores.

Estas tecnologías se vuelven todavía más necesarias en un contexto en que la Economía de la Experiencia gana cada vez más espacio como componente económico. La Economía de la Experiencia propone que, después de la materia prima, productos y servicios, ahora le toca a la experiencia, principalmente experiencia que lleve a transformación, como factor que mueve negocios.

Flujo

La naturaleza ya nos demuestra que flujo es garantía de salud y donde existe estagnación surge la enfermedad. Además, si la Economía Creativa es estratégica, la llave de su control está en la distribución y accesibilidad, razón por la cual estas áreas deben ser vistas como un núcleo de peso. Es fundamental fomentar las diversas formas posibles de distribución y circulación de conocimiento, productos, servicios y personas. Algunas acciones que favorecen este flujo:

- Capacitación de profesionales mediadores, con formación multidisciplinar, que puedan ejercer la función de interacción entre las diversas etapas que componen el Ciclo de Desarrollo de la Economía Creativa: formación, creación, producción, distribución, acceso, gestión de conocimiento y memoria.
- Constitución de redes que favorezcan y optimicen estas diversas etapas.
- Centros que ejerzan la función de "hub" recibiendo y distribuyendo informaciones y productos.
- Circuitos de distribución e intercambios realizados de forma alternativa, con base en principios de economía solidaria: permuta, hospedaje solidario, intercambio de habilidades como "moneda" de trueque.
- Circuitos de distribución y centros de inteligencia utilizando estructuras preexistentes, como escuelas y universidades.

Visibilidad

En un mundo con la impresionante cantidad de informaciones como el nuestro es estratégico saber quien hace que, donde y como. Algunas sugerencias para eso:

- Bancos de datos (sourcing) que permitan acceso a estas informaciones, bilingües e que incluyan las diversas etapas del Ciclo de Desarrollo de la Economía Creativa.
- Creación de vehículos independientes y alternativos, como alternativa a los (muchas veces inaccesibles) vehículos de masa. Un ejemplo genial es "O Forno", diario de actividades culturales del estado de Espírito Santo, impreso en sacos de pan y por lo tanto distribuido en panaderías.³
- Intensificar el uso de nuevos medios de difusión y nuevas tecnologías, de fácil uso y bajo costo. Estas también se prestan a las tendencias del futuro donde tenemos la "Personal Media" (donde la persona elige lo qué y como quiere recibir de información) un contrapunto a los Medios de Comunicación de Masa.

³ <http://www.forninho.com.br>

- También es importante sensibilizar a los medios de difusión sobre su papel en la formación (o deformación...) de mentalidades, costumbres y públicos. Después, es preciso producir contenidos para alimentar los medios de comunicación, evitando puntos de vista distorsionados originarios de la hegemonía de fuentes, generalmente generadas por unas pocas agencias de noticias.

Articulación

- Proyectos articuladores, sistémicos, donde la cultura desempeña su papel transversal, integrando emprendedores creativos, sectores privados y públicos.
- Ampliar el capital social, desarrollando la organización del sector y el asociativismo.
- Para esto es importante trabajar en la busca de soluciones comunes para problemas que son comunes a las diferentes áreas que integran la Economía Creativa, evitando demasiado énfasis en sus diferencias.
- Teniendo en vista la existencia de un "ecosistema cultural" interdependiente con el ecosistema físico, es importante incluir aspectos culturales, intangibles, en los programas y certificaciones conectadas con el desarrollo sustentable y responsabilidad social corporativa.

4) PREMISAS Y NECESIDADES

¿Cuál es el ambiente y cuáles son las condiciones necesarias para que la Economía Creativa pueda realmente promover desarrollo? Buenas semillas no florecen si el terreno no es propicio y preparado. Cito rápidamente, algunos ingredientes para que el "caldo creativo" sea fértil:

Transversalidad

Es característica esencial de la economía creativa y de la cultura y por lo tanto debería caracterizar todos los procesos relativos a ellas. Sin embargo, no encontramos circunstancias propicias una vez que ninguna esfera institucional tiene la estructura transdisciplinar necesaria para el ejercicio de esta transversalidad. El resultado de eso es la falta de profesionales transdisciplinares, necesarios para actuar como formuladores y mediadores de la economía creativa como estrategia transversal de desarrollo, creando un círculo vicioso.

Evidencias

Esta es una palabra adoptada por los ingleses que enfatizan la importancia de trabajar en base a evidencias: datos, estadísticas, indicadores, resultados. En la busca de evidencias es importante dar atención a los siguientes aspectos:

- Cultura y creatividad son multidimensionales, incluyen aspectos tangibles e intangibles. Utilizar los mismos parámetros adoptados para otras áreas es como tratar de medir litros con una regla: no es posible. Necesitamos desarrollar nuevos indicadores que también sean multidimensionales. Eso comienza en el propio cálculo de la riqueza de las naciones, que en el futuro deberá incluir recursos intangibles como solidaridad y capital cultural.

Lala Deheinzelin

- Para medir los resultados de la economía Creativa también es preciso medir su impacto. Por ejemplo: ¿cuándo vale la reducción de violencia influenciada por un proceso cultural?
- Al medir la amplitud de la Economía Creativa, debemos también incluir sus interfaces. ¿Qué sería de los centros comerciales o de la industria de electrónicos sin producción audiovisual?

Ética

Aquí tenemos un ingrediente básico para un caldo creativo fértil. Tenemos facilidad para apuntar la falta de ética de terceros y dificultad para reconocer donde ella puede estar presente en pequeñas actitudes y corrupciones de nuestro propio cotidiano. Y, principalmente, para que la ética pueda ser practicada es necesario cambiar el punto de vista en relación a la política. Confundimos politiquero (en defensa de los intereses de pocos) con política de hecho, aquella que tiene en la "polis" (palabra que designa diversidad) su origen de mecanismo para defender los intereses de muchos. Ni ética ni política verdadera son posibles en un ambiente donde la impunidad es la regla, y el resultado es más incompetencia y desperdicio.

Innovación

Es necesario innovar en dos campos: el de los negocios creativos y de la creatividad en los negocios.

- Nuevos negocios creativos.

Innovando en las aplicaciones, formato, público y lenguaje. Es necesario fomentar esa innovación para que sea posible a través de edictos de soporte al desarrollo de nuevas ideas; capacitación para preparar proyectos y planos de negocios además de más incubadoras creativas. Algunos ejemplos de innovación (con énfasis en la interfase con el tercer sector):

- Teatro para entrenamientos de salud pública, saneamiento y seguro⁴ ;
- Kabum! – Escuela Telemar de Arte y Tecnología, ofrece una formación de calidad en lenguaje multimedia para la juventud popular urbana de las grandes ciudades.⁵
- Moda artesanal, con bordados de temáticas brasileñas, hecha a través de cooperativas de mujeres⁶
- Proyectos surgen del levantamiento cultural de comunidades para crear enciclopedias para uso didáctico hasta "resorts comunitarios" que proporcionen al turista cultural la oportunidad de vivir junto a comunidades para conocerlas;⁷
- Restauración de patrimonio histórico a través de la capacitación de jóvenes infractores en régimen de libertad asistida⁸;

⁴ <http://www.opalco.com.br/foco.cfm?persona=materias&controle=112> ou <http://www.relacionais.org.br>

⁵ <http://www.institutotelemar.org.br/social/oficinas.asp>

⁶ http://secis.mct.gov.br/index.php?action=/content/view&cod_objeto=18303

⁷ <http://www.viamagia.org/centro>

⁸ www.comunitas.org.br/docs/comunitas_lores.pdf

- Contadores de historias incentivando lectura ⁹;
 - Diseño utilizando materias primas inusitadas; ¹⁰
 - Culinaria a 'un real ¹¹ ' por receta, usando materiales normalmente menospreciados; ¹²
 - Ejemplos interesantísimos de nuevas formas de producción musical pueden ser vistos en la excelente materia "A Música fora do Eixo" de Pedro Alexandre Sanches¹³
- Creatividad en los negocios.
- La tendencia es que tanto productos como servicios se vuelvan cada vez más parecidos, y su supervivencia dependerá de que tengan diferenciales que los distinguan. Estos diferenciales vienen de factores intangibles como: la asociación con elementos culturales; la cultura de la empresa; la relación de la empresa con su comunidad; formas de gestión y producción más creativas. En este sentido, diversidad cultural pasa a ser también un factor de competitividad. Ejemplos:
- El carnicero T-Bone, de Brasília (DF), tiene una biblioteca y promueve eventos culturales, mostrando que cultura también es buen negocio para pequeñas empresas. ¹⁴
 - Ejemplo de gran empresa que tiene su diferencial en base a intangibles (valores, sustentación, uso de activos naturales tradicionales) es la empresa de cosméticos Natura.¹⁵
 - Clusters creativos, por ejemplo los barrios de Vila Madalena en São Paulo, Santa Tereza en Rio de Janeiro o Jaraguá en Maceió, que se organizan como espacios surgidos por el encuentro entre arte y entretenimiento con el diferencial de la cara brasileña.
 - El Programa "Caras do Brasil", del grupo Pão de Açúcar de supermercados, que ofrece productos diferenciados con valor cultural agregado, abriendo un nuevo canal de ventas para las pequeñas comunidades que existen en el Brasil.¹⁶
 - Los "Doutores da Alegria" trabajan con payasos en hospitales, como actividad auxiliar en tratamientos de salud. Su forma de gestión y su capacidad emprendedora son tan eficientes y creativas que ahora entrenan ejecutivos y asesoran empresas en estos asuntos.¹⁷ Para dar una idea: de 216 grupos que tienen un trabajo semejante, 180 están en el Brasil.
 - Barbacena, ciudad del estado de Minas Gerais era una ciudad estigmatizada por tener un manicomio con pasado trágico. Además de la reformulación manicomial , recientemente organizó un gran evento cultural: el Festival de la

⁹ <http://www.lereumaviagem.com.br>

¹⁰ <http://www.campanas.com.br/>

¹¹ Moneda brasileña

¹² <http://www.sesisp.org.br/home/destaques/alimente/alimente.html>

¹³

http://www.cultura.gov.br/foruns_de_cultura/cultura_digital/na_midia/index.php?p=14097&more=1&c=1&tb=1&pb=1

¹⁴ http://www.premiovp.com.br/scripts/participantes/cases_info.asp?idcase=176

¹⁵ <http://www.natura.net>

¹⁶ www.grupopaodeacucar.com.br/carasdobrasil

¹⁷ www.doutoresdaalegria.org.br

Locura, transformando (de forma bien humorada) el problema en diferencial.¹⁸

Conclusión

Las oportunidades para el Desarrollo Sustentable ofrecidas por la Economía Creativa son muchas, aunque presuponen un cambio de punto de vista en relación al papel y impacto de la cultura y creatividad, además del desarrollo de mecanismos y profesionales con perfil transdisciplinar. Todavía más complejo es el contexto donde todo eso está inserido: me parece que está quedando cada vez más claro que los modelos políticos vigentes no son adecuados. Así como en un momento de la historia pasamos de la monarquía para a república, es hora de que pensemos un novo modelo y en este nuevo modelo la ecología cultural ciertamente tendrá un papel central.

Lala Deheinzelin

¹⁸ www.cartacapital.com.br/index.php?funcao=exibirMateria&id_materia=4473 - 50k -

