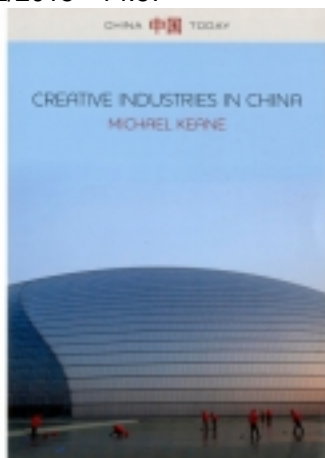


Creative industries in China. Art, design and media

Publicat per [Centre d'Informació i Documentació \(CIDOC\)](#) [1] el 18/07/2013 - 10:09 | Última modificació: 11/12/2015 - 14:57



[Michael Keane](#) [2], professor de la facultat d'Indústries Creatives a la Queensland University of Technology i especialista en creativitat i innovació a la regió del sud-est asiàtic, presenta una interessant investigació sobre l'evolució del sector cultural emergent a la Xina i sobre els canvis socials i culturals que s'estan produint en aquest país. L'autor evidencia que el govern xinès està desenvolupant un nou poder cultural tot perquè el país deixi de ser considerat un fabricant mundial de productes de baix cost i esdevingui una potencia cultural i creativa mundial. Es centra en l'anàlisi de tres clústers d'activitat: l'art, el disseny i els mitjans de comunicació, i ho fa des d'una perspectiva àmplia i interdisciplinària, tenint en compte fonts i iniciatives governamentals, acadèmiques, artístiques i industrials.

«[Creative industries in China](#) [3]» es divideix en set capítols. En el primer l'autor analitza la reforma del sistema cultural xinès durant les últimes dècades i es centra en la confrontació entre dos conceptes: el d'indústries culturals, adoptat pel govern, i el d'indústries creatives imposat pels actors que en els últims anys han tractat de desmarcar-se de les polítiques culturals estatals de caire dogmàtic. En el segon fa referència a les tensions entre els conceptes de *cultura* i *creativitat*, atès que la creativitat és assumida pels estaments institucionals xinesos com una invasió occidental. En el tercer explica l'evolució dels mercats culturals xinesos i estableix una cronologia de la innovació cultural, que estructura en sis etapes: producció estandarditzada, imitació, col·laboració i recerca de noves idees, reconeixement de nous mercats, reorganització col·lectiva del procés d'innovació en clústers i l'establiment de comunitats creatives. En el quart es fixa en els esforços que està fent el país per innovar i en la gestió de la propietat intel·lectual. El cinquè capítol està dedicat al mercat d'art, fa un repàs històric i una anàlisi de la situació actual, i examina la relació sovint problemàtica entre política i art a la Xina moderna. En el sisè explica perquè el disseny és el motor clau de les indústries creatives xineses; descriu l'evolució d'aquest sector, introdueix el concepte de classe creativa i esmenta casos concrets dels nombrosos espais i clústers de moda i disseny que han emergit a les ciutats xineses. L'últim capítol fa referència a la indústria audiovisual, molt lligada a les aspiracions de poder tot de la Xina, i en el seu procés d'internacionalització.

Podeu consultar aquest llibre al [Centre d'Informació i Documentació](#) [4]

[Inicia sessió](#) [5] o [registra't](#) [6] per enviar comentaris

Etiquetes: Tecnologia i Digitalització

Etiquetes: Xina

Etiquetes: estructura de mercat

- [7]

URL d'origen: <https://interaccio.diba.cat/CIDOC/blogs/2013/07/18/creative-industries-in-china-art-design-and-media-michael-keane>



Enllaços:

- [1] <https://interaccio.diba.cat/members/centre-dinformacio-documentacio>
- [2] <http://au.linkedin.com/pub/michael-keane/8/3a1/846>
- [3] <http://cercles.vtlseurope.com:8098/lib/item?id=chamo:10834&theme=CERC>
- [4] <http://cercles.diba.cat>
- [5] <https://interaccio.diba.cat/>
- [6] <https://interaccio.diba.cat/form/alta-comunitat>
- [7] <https://interaccio.diba.cat/node/4073>