



ECONOMIA CRIATIVA

Um conceito em discussão

BIBLIOTECA F.J.P.



6004909

NÃO DANIFIQUE ESTA ETIQUETA

ECONOMIA CRIATIVA

UM CONCEITO EM DISCUSSÃO



04909

25 11 13

E17 Economia criativa: um conceito em discussão / Mônica Barros de Lima Starling, Marta Procópio de Oliveira, Nelson Antônio Quadros Filho (organizadores). Belo Horizonte, Fundação João Pinheiro, 2012

116 p.: il

1. Economia criativa. 2 Políticas públicas – 3. Cultura. I. Starling, Mônica B. de Lima, Oliveira, Marta Procópio de, Quadros Filho, Nelson Antônio. II Fundação João Pinheiro.

CDU



ORGANIZADORES

MÔNICA BARROS DE LIMA STARLING

MARTA PROCÓPIO DE OLIVEIRA

NELSON ANTÔNIO QUADROS FILHO

AUTORES

ISAURA BOTELHO

LIA CALABRE

MARTA PROCÓPIO DE OLIVEIRA

MÔNICA BARROS DE LIMA STARLING

PAULO MIGUEZ

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO

BELO HORIZONTE | 2012

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO
BIBLIOTECA
Nº 04909
Vol _____ Ex _____
Data 25/11/13

GOVERNADOR DO ESTADO DE MINAS GERAIS
Antonio Augusto Junho Anastasia

VICE-GOVERNADOR
Alberto Pinto Coelho

SECRETARIA DE ESTADO DE PLANEJAMENTO E GESTÃO
Renata Maria Paes de Vilhena

PRESIDENTE DA FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO
Marilena Chaves

VICE-PRESIDENTE
Rosane Marques Crespo Costa

CENTRO DE ESTUDOS DE POLÍTICAS PÚBLICAS
Juliana Rodrigues de Paula Chiari

ASSESSORIA DE COMUNICAÇÃO SOCIAL
Olivia Bittencourt Siqueira

CAPA
Kelly Gusmão

REVISÃO E DIAGRAMAÇÃO
Heitor Vasconcelos

NORMALIZAÇÃO
Agda Mendonça

SUMÁRIO

APRESENTAÇÃO	7
INTRODUÇÃO <i>NELSON ANTÔNIO QUADROS V. FILHO</i>	9
AS RELAÇÕES ENTRE CULTURA E ECONOMIA E A ECONOMIA CRIATIVA <i>PAULO CÉSAR MIGUEZ</i>	15
RETOMANDO ALGUMAS QUESTÕES PARA PENSAR A ECONOMIA CRIATIVA <i>ISAURA BOTELHO</i>	39
DESENVOLVIMENTO E POLÍTICAS CULTURAIS: VISÕES E REVISÕES <i>LIA CALABRE</i>	55
A ECONOMIA CRIATIVA COMO POLÍTICA DE DESENVOLVIMENTO: CULTURA, CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO <i>MARTA PROCÓPIO DE OLIVEIRA E MÔNICA BARROS DE LIMA STARLING</i>	69



APRESENTAÇÃO
MARILENA CHAVES | PRESIDENTE

A publicação *Economia Criativa: um conceito em discussão* visa a proporcionar uma divulgação mais ampla do conteúdo substantivo que emergiu de um seminário sobre o tema realizado em junho de 2012 no Centro de Estudos de Políticas Públicas da Fundação João Pinheiro pelo seu Núcleo de Cultura e Turismo.

Esse seminário se inseriu em um contexto de retomada, em âmbito internacional e no Brasil, das reflexões sobre a cultura e de sua potencial contribuição para uma política de desenvolvimento. A intenção foi mapear a discussão sobre o tema da economia criativa, sua relação com a cultura e seus desdobramentos para a formulação de políticas públicas na área da cultura.

O seminário deu continuidade à linha de atuação da Fundação João Pinheiro no campo cultural. Tal atuação envolve a geração de dados, informações e diagnósticos, a elaboração e avaliação de políticas e planos setoriais, além de outros estudos que auxiliem a administração pública e a sociedade no desenvolvimento cultural.

Os trabalhos realizados pela instituição sobre o tema abrangem estudos sobre economia da cultura e o financiamento da cultura nas três esferas da Federação, diagnósticos setoriais (cinema, música e editorial), análises das políticas para o patrimônio cultural e dos mecanismos específicos de financiamento no estado de Minas Gerais, a produção e o acompanhamento de indicadores do setor, como parte do projeto institucional *Índice Mineiro de Responsabilidade Social*, e a edição de obras de interesse histórico e cultural.

Agradecemos a participação dos professores e profissionais que vieram compartilhar conosco suas reflexões sobre o tema da economia criativa e o apoio financeiro da Fundação de Amparo à Pesquisa do Estado de Minas Gerais (Fapemig).



INTRODUÇÃO

A chamada economia criativa envolve atividades e expressões artísticas e culturais entre outras que podem ser consideradas “criativas”, capazes de gerar inovação e agregar valor à produção de bens e serviços, utilizando a criatividade, os ativos intelectuais e o conhecimento como principais recursos produtivos. Devido a esses atributos, a economia criativa tem despertado interesse crescente tanto por parte da iniciativa privada quanto de agentes públicos, motivados pelo papel potencialmente estratégico desse setor no âmbito da economia e do desenvolvimento sustentável.

Por sua amplitude, o conceito de Economia Criativa tem delimitação complexa e controversa. Afinal, quais atividades fazem ou devem ser consideradas parte desse campo? Qual é a contribuição efetiva e potencial dessas atividades para o desenvolvimento econômico e social? Quais as ações cabíveis para sua dinamização?

O seminário sobre Economia Criativa objetivou discutir as bases conceituais e implicações desse tema emergente, de extrema relevância para o desenvolvimento sustentável local e global, cujo entendimento e desenho de políticas públicas específicas são ainda incipientes em várias instâncias do estado de Minas Gerais, assim como em muitas outras regiões do Brasil e do mundo.

Visando fomentar a reflexão sobre essas questões, o formato do seminário baseou-se na discussão das palestras ministradas por profissionais com experiências destacadas na esfera acadêmica e da política pública no Brasil, em particular da política cultural. Além dos palestrantes convidados, o evento contou com a participação de técnicos, pesquisadores e acadêmicos que atuam na área. O seminário representou, portanto, um fórum para apresentação e debate dos temas afins à economia criativa de forma estruturada, mas com abertura para apresentações e relatos pessoais, que remetessem à experiência profissional dos participantes, a novas reflexões e à agenda de ações

nesse campo do conhecimento. A relevância do tema da economia criativa contrasta com o estágio ainda embrionário de sua discussão no país e justifica o esforço empreendido nessa publicação, que abrange os conceitos e as ideias que emergiram no seminário realizado na Fundação João Pinheiro.

A presente publicação está organizada em quatro capítulos e abrange tanto artigos mais estruturados quanto ensaios de natureza mais reflexiva e provocativa produzidos pelos palestrantes e organizadores do evento. Dessa forma, seus artigos e ensaios não se prendem necessariamente a uma rígida norma acadêmica. Ao contrário, refletem o caráter mais exploratório e aberto do seminário e seu papel de provocador de uma reflexão contemporânea sobre as questões pertinentes ao campo da Economia Criativa. Do ponto de vista metodológico, os artigos e ensaios publicados se baseiam em pesquisas bibliográficas de estudos teóricos e empíricos produzidos sobre o tema e em observações oriundas de diferentes experiências profissionais dos autores que contribuem para a publicação.

O capítulo introdutório, de autoria de Paulo Miguez, professor da Universidade Federal da Bahia, discorre sobre as relações entre a cultura, a economia e a economia criativa. Com esse fim, o autor, inicialmente, situa historicamente os processos de mercantilização da cultura e culturalização das mercadorias que embasam a importância econômica e simbólica da cultura e a discussão das políticas culturais em seus enlances com o desenvolvimento na contemporaneidade. A partir dessa contextualização, o artigo se aprofunda na discussão da emergência dos conceitos de “indústrias criativas” e “economia criativa” e sua incorporação na agenda da política pública no Brasil.

No segundo capítulo, Isaura Botelho retoma alguns pontos para se pensar a economia criativa, a partir da sua longa trajetória na área das políticas públicas de cultura e sua atual participação como

consultora da Secretaria de Economia Criativa do Ministério da Cultura. Para tanto, a autora revê sucintamente alguns dos principais trabalhos e conceitos que marcam a emergência do debate em torno da economia criativa. Destaca aí o papel das artes e da cultura no desenvolvimento econômico e na agregação de valor a produções de natureza distintas. Ao mesmo tempo, critica a ausência de uma política mais ativa de incorporação desses setores na agenda da educação e formação global dos indivíduos. A autora destaca ainda as distinções entre a indústria cultural e as novas configurações institucionais da “indústria criativa”, posteriormente chamada de “economia criativa”, pontuando os desafios para a harmonização das estatísticas nessa área no contexto mais amplo das estatísticas culturais.

O terceiro capítulo é de autoria de Lia Calabre, pesquisadora e chefe do setor de Estudos de Política e Culturas Comparadas da Fundação Casa de Rui Barbosa. A autora revê e discute o problema do desenvolvimento no campo das políticas culturais e, a partir desse contexto mais amplo, indica que a pauta atual de discussões sobre economia criativa é potencialmente promissora.

No quarto e último capítulo, as pesquisadoras da Fundação João Pinheiro Marta Procópio de Oliveira e Mônica Starling revisam e problematizam o tema da economia criativa como política de desenvolvimento que potencializa a cultura, a criatividade e a inovação. Com esse intuito, reveem criticamente os principais conceitos, as abordagens e discussões ocorridas em torno do tema da economia criativa e seu potencial como gerador de desenvolvimento econômico, social e humano das sociedades. Destacam também o papel das organizações dos setores culturais e criativos e os principais elementos de inovação social, relacionados a seus inputs, processos e outputs. Por fim, identificam os desafios para a política cultural diante da valorização da economia criativa e concluem que, para avançar na execução de uma política consistente de desenvolvimento para a economia

LENDADO N. 170 BUREIA
BIBLIOTECA

criativa, é importante investir na geração e padronização de estatísticas setoriais, acompanhar e avaliar as demais ações que compõem as políticas e os planos em curso e as necessidades no âmbito de sua institucionalização. Esses esforços poderiam contribuir tanto para o necessário aprofundamento do conhecimento e diagnóstico da estrutura e dinâmica dos setores culturais e criativos quanto para a concepção de ações específicas que efetivamente garantam a realização de seu potencial como instrumento de desenvolvimento sustentável e inclusivo.

Nelson Antonio Quadros V. Filho

12 BIBLIOTECA
FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO



AS RELAÇÕES ENTRE CULTURA E
ECONOMIA E A ECONOMIA CRIATIVA

PAULO MIGUEZ

1. A CULTURA E A CIRCUNSTÂNCIA CONTEMPORÂNEA

A economia da cultura é um fenômeno inscrito na modernidade. Decorre, basicamente, do processo de “mercantilização da cultura”, um dos elementos que dá corpo ao que Pierre Bourdieu (BOURDIEU, 1992) identificou como sendo a emergência de um campo da cultura como esfera social relativamente autônoma.

Tal processo de “mercantilização da cultura” obedece a dois momentos específicos. O primeiro, quando entre os séculos XVIII e XIX o capitalismo avança sobre a esfera da circulação dos bens culturais transformando-os em mercadorias – ou seja, liberta das imposições históricas do mecenato e dos ditames da igreja católica, a cultura estabelece uma relação direta com um público consumidor de seus produtos, os bens culturais, por meio de uma nova instância intermediadora, o mercado – este, um ator que assume, a partir de então, a condição de importante mediador e organizador da produção cultural. O segundo, a partir da metade dos “oitocentos”, altura em que o capitalismo ingressa na sua fase monopolista-oligopolista, quando a cultura é capturada pela lógica mercantil-capitalista no instante da sua produção – ou seja, os bens culturais passam a ser concebidos já como mercadorias no momento da sua criação, portanto, como produtos destinados à troca e ao consumo no mercado¹.

¹ É exatamente sobre este processo de subsunção da cultura pelo capital que se debruçam Theodor Adorno e Max Horkheimer para desenvolverem a noção de “indústria cultural” (ADORNO; HORKHEIMER, 1997), constructo teórico seminal que dá conta do fato de que a expansão das relações mercantis do tipo capitalista pelo conjunto da vida social alcançou, também, a cultura.

Mas é em finais do século XIX, com os avanços tecnológicos na área da reprodução técnica de textos, imagens e sons, especialmente com o advento da fotografia e do cinema, que serão criadas as condições para o desenvolvimento de um mercado de bens e serviços culturais de proporções crescentes.

Ao final da I Guerra Mundial é o cinema que vai encarregar-se de delinear os primeiros sinais relevantes da existência de uma economia da cultura em escala mundial. Aliás, registre-se, o cinema e sua economia são fundamentais para a compreensão do processo de evolução da economia da cultura como um todo. Mattelart (2006), por exemplo, chama a atenção para o fato de que é o cinema que inaugura os embates à volta da internacionalização da produção e da circulação dos produtos e serviços simbólico-culturais, questão que ocupa lugar de destaque na circunstância contemporânea. Com efeito, mesmo sendo o tamanho da economia do cinema no pós II Guerra incomparavelmente menor do que a atual economia do audiovisual, ela já se configurava como uma questão importante do ponto de vista das relações econômicas internacionais. O fato é que, desde então, estabelece-se uma clivagem que, iniciada com os embates entre a França e os EUA à volta das políticas de cota para a importação de filmes, desemboca na questão da “exceção cultural”, nos anos 1990, no âmbito do GATT e desdobra-se na intensa mobilização que leva, em outubro de 2005, à aprovação, pela 33ª Conferência Geral da Unesco, da Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais (UNESCO, 2006a).

À volta dos anos de 1960, a explosão da cultura midiaticizada vai expandir ainda mais a economia da cultura e em escala mundial. Todavia, é no final do século XX que, associada ao processo de globalização e especialmente por conta das grandes transformações proporcionadas pelas tecnologias de base digital, vamos assistir à consolidação da economia da cultura do ponto de vista

da sua escala, abrangência e inscrição, com destaque e importância crescentes, no processo de acumulação capitalista contemporâneo.

Outro fator que nos últimos anos tem ganho extrema relevância, contribuindo para ampliar o raio de alcance da economia da cultura, é um processo que podemos nomear como “culturalização das mercadorias”, um fenômeno que expressa a secundarização dos aspectos estritamente físico-técnicos em favor do crescente papel de elementos simbólico-culturais (design, marca, origem etc.), portanto, de elementos de “denso conteúdo cultural” (RUBIM, 2007), na determinação do valor das mercadorias. Observa-se assim, por exemplo, que em inúmeros ramos da produção econômica clássica, das indústrias do vestuário e moveleira chegando até mesmo à indústria automobilística, artistas, estilistas e *designers* se tornaram trabalhadores fundamentais pelo que agregam de valor simbólico aos bens produzidos.

Combinados, ambos os processos, o mais antigo, a “mercantilização da cultura”, e o mais recente, a “culturalização das mercadorias”, atestam o deslocamento da economia na direção do setor terciário, onde se destaca a produção de bens e serviços simbólico-culturais como fonte de produção de riquezas materiais. Vale lembrar que, de um ponto de vista histórico, o conceito de riqueza deslocou-se, primeiro, da agricultura para a indústria, com o advento da Revolução Industrial; presentemente, assistimos a um novo deslocamento desse conceito, que caminha aceleradamente do setor secundário, o industrial, para o terciário, o dos serviços, e já se fala, também, no setor quaternário, envolvendo os campos simbólico e informacional (QUINTANA, 1990).

Vários autores têm se debruçado sobre esse deslocamento e suas implicações. Antonio Negri e Giuseppe Cocco (NEGRI; COCCO, 2006), para quem, hoje, “a cultura não tem só um expressivo

peso econômico”, mas é a própria “economia como um todo [que] depende cada vez mais, em seu conjunto, das dimensões culturais” (NEGRI; COCCO, 2006), registram esse fato como a expressão do que chamam de processo de imaterialização da produção, do trabalho e do consumo. Anotam esses dois estudiosos da questão que

O que é cultural no capitalismo globalizado das redes é o trabalho em geral. Ou seja, um trabalho que se torna intelectual, criativo, comunicativo – em uma palavra, imaterial. A cultura ‘gera valor’ (como diz o ‘management’) porque o que é incorporado aos produtos são formas de vida: estilos, preferências, status, subjetividades, informações, normas de consumo e até a produção de opinião pública. A mercadoria precisa ser dotada de valor cultural. O trabalho se torna, assim, ação cultural. O trabalho da cultura e na cultura se torna cada vez mais o paradigma da produção em seu conjunto (NEGRI; COCCO, 2006).

Frederic Jameson, por seu turno, considerando que a cultura transformou-se na própria lógica do capitalismo contemporâneo, diz-nos que

O que ocorreu é que a produção estética hoje está integrada à produção das mercadorias em geral: a urgência desvairada da economia em produzir novas séries de produtos que cada vez mais pareçam novidades (de roupas a aviões), com um ritmo de *turn over* cada vez maior, atribui uma posição e uma função estrutural cada vez mais essenciais à inovação estética e ao experimentalismo (JAMESON, 1997, p. 30).

Já o geógrafo David Harvey ocupa-se em identificar nas singularidades culturais de uma região ou de um produto o componente fundamental à formação do que chama de “rendimento monopólico” contemporâneo, afirmando que

a idéia de ‘cultura’ está cada vez mais entrelaçada com as tentativas de reafirmar tais poderes monopólicos, exatamente porque alegações de singularidade e autenticidade podem ser mais bem articuladas como afirmações culturais distintas e não duplicáveis (HARVEY, 2005, p. 149).

Compreende-se, assim, a rigidez com que é tratada, atualmente, a questão da propriedade intelectual, seja no âmbito do direito autoral, que regula as criações artístico-culturais, seja no que diz respeito às suas outras modalidades, como marcas e patentes, uma forma contemporânea de “rendimento monopólico” de que se beneficiam tanto os grandes conglomerados que controlam as indústrias culturais, quanto os oligopólios que dominam outros setores da produção de bens e serviços, a exemplo da indústria farmacêutica ou de desenvolvimento e produção de *software*.

Eduardo Subirats, também atento a esse fenômeno, embora destacando, com propriedade, que a invasão desses vários domínios pela cultura obedece a uma lógica não propriamente cultural, mas tão somente a ditames como objetividade, racionalidade e utilidade, reconhece que “toda a vida social parece convergir para o estímulo da inovação das formas e dos estilos como uma necessidade não só artística, mas, precisamente, vital” (SUBIRATS, 1989, p. 10).

É fato, portanto, que a relação entre cultura e economia, abarcando um número expressivo de setores, lógicas e atores e exibindo um gigantesco mercado de bens e serviços dominado por grandes conglomerados de produção e distribuição de conteúdos simbólico-culturais, funciona em escala global e contabiliza cifras astronômicas, ocupando um lugar relevante e bastante singular na contemporaneidade.

Um dos sinais mais importantes desse fato é, certamente, recorrendo à sintaxe da área das relações internacionais, o deslocamento da cultura e dos seus enlaces com a economia do âmbito das chamadas *low politics* para a agenda das *high politics* – esta, marcadamente restrita e dedicada a temas como segurança internacional, diplomacia e comércio internacional. Ou seja, a cultura e sua economia deixaram de ser objetos exclusivos das políticas desenvolvidas no âmbito nacional,

como são as políticas de saúde, de educação, de transporte etc., e passaram a compor o reduzido repertório de preocupações das organizações envolvidas com as chamadas *high politics*.

Daí, por exemplo, a presença da economia da cultura na pauta de debates da Organização Mundial do Comércio. Essa organização, um dos centros de decisão do capitalismo mundial, vem discutindo, desde 1993, no âmbito das negociações multilaterais sobre a liberalização do comércio internacional, os serviços audiovisuais, um segmento da economia da cultura que representa atualmente negócios da ordem dos US\$ 450 bilhões em todo o mundo (ABPITV, 2009). Registre-se que tal processo de negociação, ao colocar em cheque as posições livre-cambistas ferrenhamente defendidas pelos EUA, estabelece o que pode ser considerado “la primera conflagración de tamaño natural entre la idea de mundialización y la de americanización” (FRAU-MEIGS, 2006, p.4).

Mas não é só na OMC que as discussões à volta da dimensão econômica da cultura marcam presença. O próprio Banco Mundial, uma instituição que sempre se manteve absolutamente distante das discussões envolvendo o campo da cultura, organiza, em finais da década de 1990, dois importantes eventos. Um, em 1998, intitulado *Conference on culture in sustainable development: investing in cultural and natural endowments* (CONFERENCE..., 1999); o outro, no ano seguinte, sob o título de *Culture counts – financing, resources, and the economics of culture in sustainable development* (CULTURE..., 2000). Nessa mesma linha, o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), importante agência regional de financiamento do desenvolvimento, cria, em 2005, a *Inter-American Culture and Development Foundation*, uma fundação que, atenta à importância da economia da cultura, dedica-se a articular a cultura ao desenvolvimento.

Movimento semelhante vamos encontrar, também, em agências do Sistema ONU, que passam a debruçar-se sobre as relações que articulam cultura, economia e desenvolvimento. A Organização Internacional do Trabalho (OIT) ativa programas em países da África austral focados na criação de empregos com base no fortalecimento das pequenas empresas a partir de setores como música, cinema e televisão, artes performáticas, artesanato, artes visuais e etno-turismo (ILO, 2003). A Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (Unctad), desde 2004, discute as chamadas indústrias criativas como uma estratégia privilegiada para os países menos desenvolvidos. O Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud) adota como tema-título do seu Relatório do Desenvolvimento Humano em 2004 “Liberdade Cultural num Mundo Diversificado” (PNUD, 2005).

Ainda no âmbito do Sistema ONU, deve ser destacada a ação da Unesco que retoma, à volta dos debates sobre a diversidade cultural à entrada do século XXI, a discussão das políticas culturais na perspectiva da relação da cultura com o desenvolvimento. Novidade para o conjunto das instituições multilaterais, as relações entre a cultura, suas políticas, seus enlaces com a economia e o desenvolvimento marcam presença na agenda da Unesco desde finais da década de 1960. Precisamente em 1968, na sua 15ª Conferência Geral, a Unesco aprovou uma resolução convocando a 1ª Conferência Intergovernamental sobre os Aspectos Institucionais, Administrativos e Financeiros das Políticas Culturais, reunião que teve lugar em Veneza em 1970. A seguir a essa, foram realizadas várias conferências regionais sobre o mesmo tema: Eurocult (Helsinque, 1972), Asiacult (Jacarta, 1973), Africacult (Accra, 1975), Americacult (Bogotá, 1978), Arabcult (Bagdá, 1981) e Mondiacult (México, 1982). Nesta importante conferência, a Unesco, tomando como base uma compreensão ampliada de cultura e recusando firmemente o viés economicista, chama atenção para o fato de que

o objetivo do desenvolvimento “no es la producción, la ganancia o el consumo *per se*, sino su plena realización individual y colectiva, y la preservación de la naturaleza”, esboça os primeiros contornos da compreensão acerca da relação entre cultura e desenvolvimento afirmando, categoricamente, que a “cultura constituye una dimensión fundamental del proceso de desarrollo” e que o “hombre es el principio y el fin del desarrollo”, cabendo às políticas culturais o dever de “rescatar el sentido profundo y humano del desarrollo” e aponta para a necessidade de uma redefinição da noção de desenvolvimento como um processo equilibrado, alertando que mudança dessa envergadura só será possível na medida em que “los factores culturales” passem a integrar as estratégias de desenvolvimento e que tais estratégias tenham em conta “la dimensión histórica, social y cultural de cada sociedad” (UNESCO, 2006b).

O fato de a economia da cultura ter ganho tamanha importância não é algo que possa causar estranheza, pelo menos se considerarmos alguns dos seus números. Nos Estados Unidos, maior economia do planeta e país que controla a maior parte dos negócios do mercado cultural em todo mundo, mesmo sem considerarmos vários dos setores (parques temáticos, museus, cassinos etc.) que conformam o que os norte-americanos definem como economia do entretenimento (a *entertainment economy*, que europeus e japoneses costumam chamar de *mickey mouse economy*) e concentrando a atenção nos dados divulgados pela International Intellectual Property Alliance (IIPA), instituição que congrega as chamadas *copyright industries*, i.e., as indústrias que produzem e/ou distribuem bens que se caracterizam fundamentalmente por incorporar propriedade intelectual (a indústria editorial, do audiovisual, fonográfica e do *software*), os números revelados são absolutamente significativos. Segundo a IIPA (2009), esse setor representou, em 2007, 11,05%, do PIB norte-americano, ou seja, U\$ 1,52 trilhão. Nesse mesmo ano, o setor audiovisual,

isoladamente, aparece como o mais importante empregador da economia norte-americana: respondeu por 2,5 milhões de empregos, dos quais 285 mil diretos, 480 mil em setores correlatos e mais 1 milhão e 700 mil indiretos; e pagou um salário médio anual de 75 mil dólares, valor 76% superior ao salário médio nacional da economia norte-americana (IIPA, 2009). No universo do *show business* norte-americano, outro destacado segmento da economia da cultura, os números não são menos impressionantes: em 2005, segundo a revista Pollstar, os 42 shows da turnê dos Rolling Stones geraram 162 milhões de dólares só com a venda de ingressos; a banda irlandesa U2, com seus 78 shows, garantiu outros 139,9 milhões de dólares. No conjunto, os 100 maiores concertos daquele ano movimentaram um total de 3,1 bilhões de dólares (ROLLING ..., 2006). No Reino Unido, outro país com importante presença no mercado global da cultura, as cifras não são menos surpreendentes, com a participação do setor no PIB alcançando, em 2005, significativos 8,2%, de acordo com dados do British Council (BRITISH COUNCIL, 2005).

Também numa perspectiva mais geral, os números continuam surpreendendo. De acordo com estimativas do Banco Mundial, 7% do PIB global já são representados pela contribuição da economia da cultura e, não menos importante, 10% é a taxa de crescimento do setor prevista pelo banco para os próximos anos. No comércio internacional, segundo dados da Unesco (2005) compilados com base nas estatísticas da Unctad, bens e serviços simbólico-culturais respondem por uma movimentação financeira da ordem de US\$1,3 trilhão.

No plano teórico, porém, apesar da magnitude dos números que exhibe, a economia da cultura ainda enfrenta muitos preconceitos, particularmente dos economistas. A prova disso é que são em número reduzido as escolas de economia das universidades brasileiras cujo currículo abre espaço para o ensino e a pesquisa na área da economia da cultura. Aliás, a rigor, a economia da cultura não

é exatamente um objeto de estudo privilegiado pela ciência econômica. Clássicos, neo-clássicos e marxistas não chegaram a produzir nada muito interessante do ponto de vista da economia da cultura. Nem mesmo quando, no final dos anos 1940, os frankfurtianos Adorno e Horkheimer desenvolveram um conceito fundamental para pensar as relações entre cultura e economia, como é o conceito de indústria cultural, os teóricos da economia incorporaram a questão na sua agenda de pesquisas. Tal postura só começa a ser lentamente alterada por volta dos anos 1960-70 com a realização de encontros, a publicação de periódicos especializados e a constituição de organizações de estudiosos e pesquisadores dedicados à temática. Aqui, vale lembrar o professor norte-americano Richard Caves. No prefácio do seu livro *Creative Industries: contracts between art and commerce*, publicado em 2001 (CAVES, 2001) ele registrou o fato de que embora essa obra já estivesse pronta há mais de uma década, optou por esperar até o momento em que se tornasse um nome respeitável no campo da economia para poder publicá-lo, uma vez que seus colegas economistas, regra geral interessados em reflexões dedicadas a setores como a indústria farmacêutica, siderúrgica etc., não consideravam a economia da cultura algo sério!

Certamente, é com base no quadro até agora descrito, em que se vê a cultura transitando, com força, para além das fronteiras do campo cultural propriamente dito e estabelecendo enlaces com outros campos da vida social, muito particularmente com a economia, no que parece ser uma das características mais importantes da cena contemporânea, que apontam, por exemplo, para a premissa que informa o ponto de partida do relatório final do projeto *Pensamento Renovado de Integração*, desenvolvido pelo Convênio Andrés Bello, segundo a qual “[...] el mundo en este siglo se constituirá no en torno a lo geopolítico, ni a lo geoeconómico, sino principalmente en torno a lo geocultural” (GARRETÓN, 2003, p.7). O que reforça a afirmação da antropóloga Lourdes

Arizpe de que “A cultura será sem dúvida uma das principais questões da sustentabilidade, do desenvolvimento e da governabilidade no século XXI” (ARIZPE, 2001, p.13).

2. A NOVIDADE

Mais recentemente ainda, o enlace entre cultura e economia fez emergir as noções de “indústrias criativas” e “economia criativa”. Essa temática surgiu, a rigor, na Austrália, em 1994, a partir do desenvolvimento pelo governo daquele país do conceito de *Creative Nation*, ideia-base de uma política voltada para a requalificação do papel do Estado no desenvolvimento cultural do país. O conceito alcançou rapidamente o Reino Unido onde, em 1997, o *New Labour*, o “novo” Partido Trabalhista inglês, no seu manifesto pré-eleitoral, identificou as indústrias criativas como um setor particular da economia e reconheceu a necessidade de políticas públicas específicas que estimulassem seu já expressivo ritmo de crescimento (MIGUEZ, 2009)².

Cobrindo um grande número de atividades, que vão das indústrias culturais clássicas, como a do cinema, a da música e a editorial, a setores como propaganda, arquitetura, o mercado de artes e antiguidades, artesanato, design, moda, vídeo, *softwares* de lazer interativo, artes cênicas, *softwares* e jogos de computador, televisão e rádio, as “indústrias criativas” são definidas, regra geral, como aquelas que utilizam insumos criativos e geram propriedade intelectual.

² Farta documentação sobre a temática das “indústrias criativas” no Reino Unido está disponível no endereço do Department for Culture, Media and Sport (DCMS) <http://www.culture.gov.uk/what_we_do/creative_industries/default.aspx>. Quanto à Austrália, pode ser consultado o endereço <http://archive.dcita.gov.au/2006/06/creative_industries/>.

A novidade tem se espalhando rapidamente³ e merecido uma atenção muito especial de organizações do Sistema das Nações Unidas⁴, de outros governos, como o da China, Coréia do Sul, de Cingapura, da Índia, África do Sul e Colômbia, e de estudiosos e centros de pesquisas, no que pode se configurar como uma tendência de que o interesse sobre o tema deverá continuar crescendo bastante nos próximos anos.

Do ponto de vista acadêmico, a literatura que trata das noções de “economia criativa” e “indústrias criativas” é bastante recente e foi inaugurada em 2001 com a publicação dos trabalhos de John Howkins (*The creative economy: how people make money from ideas*, London, Penguin Press, 2001), Richard E. Caves (*Creative industries: contracts between art and commerce*, Cambridge, Harvard University Press, 2001) e Richard Florida (*The rise of the creative class and how it's transforming work, leisure, community, and everyday life*, New York, Basic Books, 2002). Todavia, o primeiro esforço mais sistemático dedicado a essa temática data de dezembro de 2002, quando pesquisadores da Queensland University of Technology (Austrália), da London School of Economics, do Massachusetts Institute of Technology e da New York University organizaram, em Brisbane, na Austrália, o evento intitulado New Economy, Creativity and Consumption Symposium, do qual resultou uma edição especial do International Journal of Cultural Studies (*The new economy, creativity and consumption*, London, SAGE Publications, v.7, n.1, mar. 2004).

3 Uma consulta ao Google, conhecida ferramenta de pesquisa na internet, contabiliza para o termo “creative industries” um total de 30,8 milhões de entradas contra apenas 14 milhões para a expressão “cultural industries”.

4 A United Nations Conference on Trade and Development (Unctad), entre as agências da ONU é aquela que mais vem trabalhando com a noção de “indústrias criativas”. Recentemente publicou o segundo relatório sobre o estado da economia criativa no mundo (Unctad, 2010).

Entretanto, em que pese a rapidez com que têm vindo a se espalhar, são significativas e bastante apropriadas as críticas de que são alvo essas noções. A primeira observação crítica diz respeito ao próprio momento do surgimento da noção de indústrias criativas, referido que está à necessidade do governo britânico de enfrentar, na década de 1990, o declínio das indústrias manufatureiras do país do ponto de vista da sua inserção na economia global, de resto, objetivo em nada articulado, efetivamente, com os interesses próprios do mundo da cultura e das artes (BOTELHO, 2011). Tratou-se, então, simplesmente, para o governo de Tony Blair, do que George Yúdice chamou de “retórica New Laborite de Blair” (YÚDICE, 2004, p.34), de recortar um novo setor-chave da economia que fosse capaz de garantir o crescimento do nível de emprego e do volume das exportações da economia da Grã-Bretanha (CASSIOLATO, 2008).

Outra crítica ainda mais importante feita às noções de “indústrias criativas” e “economia criativa” é a sua forte ancoragem conceitual e política nos marcos da propriedade intelectual, daí decorrendo dois problemas de peso. Um, a amplitude conceitual, que, ao atender a ditames de ordem mais funcional do que cultural (BOTELHO, 2011), fez com que, para além dos setores da produção cultural relacionados com *copyright*, como as indústrias fonográfica, editorial e do audiovisual, autores como John Howkins, um dos pioneiros na discussão da temática, incluísse na “economia criativa” todos os setores intensivos em patenteamentos, a exemplo das indústrias farmacêutica e eletrônica (CASSIOLATO, 2008). O outro problema, o reforço da lógica da propriedade intelectual, algo absolutamente na contramão do desenvolvimento das tecnologias digitais que sugerem o compartilhamento e em completo desacordo com as discussões acadêmicas e as ações políticas que contemporaneamente têm investido na luta pela flexibilização dos marcos regulatórios que tratam dos direitos do autor e das outras formas de propriedade intelectual.

O predomínio de lógicas de análise típicas das abordagens da organização industrial no tratamento das “indústrias criativas” é também outro aspecto que desperta muitas críticas. Daí que desenvolvimentos teóricos mais recentes sobre o tema tenham vindo a abandonar tal perspectiva. É o caso, por exemplo, dos pesquisadores australianos Stuart Cunningham, John Hartley, Jason Potts e Paul Ormerod que, em um artigo publicado em 2008 (*Social network markets: a new definition of the creative industries*, *Journal of Cultural Economics*, v.32, n.3, p.166-185, 2008), propõem que a lógica de economia industrial e a consequente utilização de sistemas de classificação industrial que têm caracterizado a noção de “indústrias criativas” sejam substituídas por uma compreensão segundo a qual as “indústrias criativas” são constituídas por complexas redes sociais, tanto na esfera de produção quanto na de consumo, que emergem de dinâmicas não-mercantis, mas que, frequentemente, se desenvolvem em regiões de fronteira entre mercados estabelecidos e redes sociais.

Outra crítica dirigida à noção de “indústrias criativas” diz respeito a questões relacionadas com a organização do mundo do trabalho. Radicalizando a tendência já em curso nas indústrias culturais controladas pelos grandes conglomerados, como é o caso do que vem acontecendo com o audiovisual, o que se observa é a eleição como paradigma dessa “nova economia” das formas de organização do trabalho de tipo pós-fordista marcadas por flexibilidade, mobilidade e descontinuidade e contratação por projeto, características que só fazem acentuar a precariedade das relações de trabalho no campo cultural e artístico. Nessa medida, anota Isaura Botelho,

a flexibilidade se torna norma despótica, a precarização do trabalho a regra, as fronteiras entre tempo de trabalho e tempo livre se diluem do mesmo modo que as fronteiras entre emprego e desemprego, e a precariedade se estende desde o trabalho ao conjunto da vida (BOTELHO, 2011, p.84).

Assim, conforme sugerido por Cassiolato (2008), tanto no campo teórico quanto do ponto de vista das políticas, “a terminologia de indústrias criativas chega muito próximo de endossar a desigualdade e exploração associadas ao neo-liberalismo atual”.

É também objeto de crítica o fato de que, ao privilegiar as dinâmicas de produção e circulação da produção simbólico-cultural, as ações de apoio às “indústrias criativas” acabam por implicar numa rejeição pura e simples das políticas culturais dedicadas a subsidiar os setores da produção artístico-cultural não exatamente organizados na perspectiva de mercado e de sua lucratividade.

3. E NO BRASIL

A temática das “indústrias criativas” chegou ao Brasil há menos de uma década. Seu marco inicial foi a realização de um painel organizado sobre o tema no âmbito da XI Conferência Ministerial da Unctad realizada em junho de 2004 em São Paulo. Aí, com intensa participação do Ministério da Cultura, então sob o comando de Gilberto Gil, especialistas e representantes governamentais chegaram a sugerir a criação de uma instituição internacional dedicada às “indústrias criativas” na perspectiva do fortalecimento e desenvolvimento desse setor nos países do Hemisfério Sul. A proposta foi então acolhida pelo governo brasileiro, que se ofereceu para acolher a nova instituição recomendada pela Conferência da Unctad, a ser sediada na Bahia com o nome de Centro Internacional de Economia Criativa (Ciec).

Nos dois anos seguintes, o Ministério da Cultura envidou esforços no plano nacional e internacional com o objetivo de reunir parceiros para a instalação da instituição proposta. Assim, o MinC mobilizou agências do sistema ONU e governos estrangeiros, encomendou estudos, negociou parcerias e organizou, em conjunto com o Pnud e a Unctad, o importante fórum *Promovendo a*

Economia Criativa: Rumo ao Centro Internacional das Indústrias Criativas (CIIC)/Enhancing the Creative Economy: Shaping an International Centre on Creative Industries (BRASIL. Ministério da Cultura, 2005), em abril de 2005, que reuniu especialistas e autoridades de vários países com intuito de lançar as bases do Ciec. Em março de 2006, em Londres, o Ministério da Cultura chegou a constituir, com o apoio do British Council, um comitê internacional para apoiar a instalação da nova instituição. No entanto, apesar dos esforços e recursos despendidos, o processo não foi adiante, o Ciec não chegou a ser criado e a discussão da temática no âmbito do governo federal acabou perdendo força.

Ainda que abandonada pelo MinC a partir de 2006, a temática das “indústrias criativas” e da “economia criativa” não desapareceu da cena brasileira, tendo sido adotada por várias instituições, tanto corporativas quanto do próprio campo da cultura, e incorporada à agenda de estudos e pesquisas no ambiente acadêmico.

Com a recente criação da Secretaria de Economia Criativa pela nova gestão do Ministério da Cultura, iniciada em 2011, o tema voltou à pauta do governo federal. Com grande intensidade, contatos com instituições tanto no âmbito governamental – Presidência da República, ministérios, agências de desenvolvimento etc. – quanto com organizações da sociedade civil foram retomados, um corpo de especialistas foi mobilizado e, em pouco mais de um ano, o MinC elaborou um plano de trabalho com políticas, diretrizes e ações a ser implementado até 2014 (BRASIL. Ministério da Cultura, 2011).

Diferentemente do primeiro momento de mobilização à volta da temática, ocorrido entre 2004 e 2006 e quase exclusivamente dedicado a implementar a recomendação saída da Conferência da

Unctad, o MinC, por intermédio da nova Secretaria de Economia Criativa, investiu fortemente na elaboração conceitual e na identificação de políticas que requalificassem a temática das “indústrias criativas” e da “economia criativa” em chave brasileira.

Alguns sucessos devem, aqui, ser contabilizados. No plano conceitual propriamente dito, a SEC/MinC adotou como princípios norteadores a diversidade cultural, a sustentabilidade, a inovação e a inclusão social, elementos que não comparecem no arco de preocupações das formulações originais da temática, esta quase absoluta e exclusivamente inscrita numa lógica mercantil-capitalista.

Também promoveu uma mudança terminológica no tratamento da temática, substituindo a expressão “indústrias criativas”, comumente conotada com atividades do mundo fabril-industrial, por “setores criativos”. Recusou a associação imperativa entre “economia criativa” e propriedade intelectual, marca de origem do conceito, avançando na direção de uma compreensão mais consoante com a dimensão cultural propriamente dita e que ficou assim formulada:

os setores criativos são todos aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central da formação do preço, e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica (BRASIL. Ministério da Cultura, 2011).

Do ponto de vista da abrangência, a noção de “economia criativa” trabalhada pelo plano da SEC/MinC configurou-se como uma ampliação da economia da cultura, ou seja, uma economia que, para além dos “setores criativos” típicos da produção artístico-cultural, como a música, as artes cênicas, a pintura etc., compreende outras expressões e atividades densas de conteúdo simbólico, a exemplo da moda, do artesanato e das novas mídias (BRASIL. Ministério da Cultura, 2011)

Ainda quanto à abrangência, definiu um escopo para os “setores criativos” em consonância com o desenho conceitual e metodológico definido pela Unesco, algo extremamente relevante porque em sintonia com o trabalho que vem sendo conduzido pelo IBGE em relação às estatísticas e aos indicadores culturais e, também, porque garante a necessária comparabilidade com os sistemas de quantificação do campo da cultura no plano internacional.

Já quanto ao plano das políticas públicas dedicadas à temática, o esforço da SEC/MinC ao elaborar o plano, foi procurar vinculá-las a cinco grandes desafios localizados em grandes áreas (levantamento de informações e dados, fomento, formação, criação de infraestruturas e definição de marcos regulatórios), organizando-as a partir de vetores macroeconômicos e microeconômicos.

Como é evidente, todo esse esforço ainda é muito recente e carece, portanto, do tempo necessário a sua consolidação para que uma análise mais consistente possa ser realizada. De todo modo, os desafios postos e os objetivos pretendidos dependerão, em larga medida, dos recursos que venham a ser alocados para a execução do plano proposto pela SEC/MinC. Mas dependerão também, e em maior escala ainda, da capacidade de articulação e convencimento do Ministério da Cultura no âmbito do governo, em especial junto à Presidência da República, quanto à importância das políticas que pretende implementar para o desenvolvimento da “economia criativa” no Brasil.

4. REFERÊNCIAS

ABPITV- Associação Brasileira de Produtoras Independentes de Televisão. *Apresentação - conteúdo audiovisual no mundo e no Brasil*. São Paulo, [2008?]. Disponível em: <<http://www.telebrasil.org.br/painel/52/palestras/7/fernando-de-souza-dias.pdf>>. Acesso em: 8 nov. 2009.

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. *Dialética do esclarecimento: fragmentos filosóficos*. Rio de Janeiro: Zahar, 1997. 254p.

ARIZPE, Lourdes (Org.). *As dimensões culturais da transformação global: uma abordagem antropológica*. Brasília: UNESCO, 2001. 320p.

BOTELHO, Isaura. Criatividade em pauta: alguns elementos para reflexão. In: BRASIL. Ministério da Cultura. *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011 – 2014*. Brasília, 2011. p. 80-85.

BOURDIEU, Pierre. O mercado de bens simbólicos. In: MICELI, Sérgio (Org.). *A economia das trocas simbólicas*. 3.ed. São Paulo: Perspectiva, 1992. p. 99-181. (Estudos, 20).

BRASIL, Ministério da Cultura. *Promovendo a Economia Criativa - Rumo ao Centro Internacional das Indústrias Criativas*. Salvador, 2005. Disponível em: <http://www.cultura.gov.br/foruns_de_cultura/economia_da_cultura/industrias_criativas/index.html>. Acesso em: 23.1.2007.

BRASIL. Ministério da Cultura. *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011-2014*. Brasília, 2011. 148p.

BRITISH COUNCIL. *Mapping the creative industries: the UK context*. London, 2005.

CASSIOLATO, J. E. *Indústria Cultural versus Indústria Criativa: uma breve introdução para o debate*. Nota Técnica 01/08, REDESIST, Pesquisa "Arranjos e Sistemas Produtivos e Inovativos Locais em Áreas Intensivas em Cultura e Mobilizadoras de Desenvolvimento Social". Rio de Janeiro: Sebrae, 2008.

CAVES, Richard E. *Creative industries: contracts between art and commerce*. Cambridge: Harvard University Press, 2001. 454p.

Conference On Culture In Sustainable Development – Investing In Cultural And Natural Endowments, 1998, Washington DC. Washington DC: World Bank, 1999. 194p. Disponível em: <www.worldbank.org/eapsocial/library/cultural.pdf>. Acesso em: 26 fev. 2007.

Culture Counts – Financing, Resources, And The Economics Of Culture In Sustainable Development, 1999, Florence. Washington DC: World Bank, 2000. 315p.

FRAU-MEIGS, Divina. “Excepción cultural”, políticas nacionales y mundialización: factores de democratización y de promoción de lo contemporáneo. *Quaderns del CAC*, n.14, sep./dic. 2002. Edição especial: Globalización, industria audiovisual y diversidad cultural. Disponível em: <<http://www.audiovisualcat.net/publicaciones/Q14franca.pdf>>. Acesso em: 21 maio 2006.

GARRETÓN, Manuel Antonio (Org.). *El espacio cultural latinoamericano*. Bases para una política cultural de integración. Santiago: Fondo de Cultura Económica / Convênio Andrés Bello, 2003.

HARVEY, David. A arte de lucrar: globalização, monopólio e exploração da cultura. In: MORAES, Dênis (Org.). *Por uma outra comunicação: mídia, mundialização cultural e poder*. 3.ed. Rio de Janeiro: Record, 2005. p. 139-171.

IIPA- International Intellectual Property Alliance. *Copyright industries in the U.S. economy: the 2003-2007 report*. Washington D.C, International Intellectual Property Alliance, 2009. Disponível em: <<http://www.iipa.com/pdf/IIPASiwekReport2003-07.pdf>>. Acesso em: 20 dez 2009.

ILO - International Labour Office. *Promoting the culture sector through job creation and small enterprise development in SADC countries*. Geneva: International Labour Office, 2003. Working Papers, Series on Upgrading in Small Enterprise Clusters and Global Value Chain.

JAMESON, Frederic. *Pós-modernismo, a lógica cultural do capitalismo tardio*. 2. ed. São Paulo: Ática, 1997. 431p.

MATTELART, Armand. Mundialização, cultura e diversidade. *Revista FAMECOS*, Porto Alegre, n. 31, p.12-19, dez. 2006.

MIGUEZ, P. *Economia criativa: uma discussão preliminar*. In: NUSSBAUMER, G. M. (Org.). *Teoria & políticas da cultura: visões multidisciplinares*. Salvador: EDUFBA, 2007. p.95-113.

NEGRI, Antonio, COCCO, Giuseppe. O monstro e o poeta. *Folha de S. Paulo*, São Paulo, 3 de mar. 2006. Tendências/Debates.

PNUD - Programa das Nações Unidas para Desenvolvimento. *Relatório do Desenvolvimento Humano 2004: liberdade cultural num mundo diversificado*. Lisboa: Mensagem, 2005. 286p.

QUINTANA, Ignacio. Políticas culturales en las grandes ciudades. In: BORJA, Jordi et al. (Org.). *Las grandes ciudades en la década de los noventa*. Madrid: Editorial Sistema, 1990. p.521-548.

ROLLING STONES batem recorde com turnê. *JC Notícias*, 3 jan. 2006. Disponível em: <<http://www.jcnoticias.com.br/index.php?Conteudo=noticias&subMod=revista&Codigo=2342>>. Acesso em: 10 jan. 2006.

RUBIM, Antonio Albino Canelas. Políticas culturais entre o possível e o impossível. In: NUSSBAUMER, Gisele Marchiori. *Teorias e políticas da cultura*. Salvador: EDUFBA, 2007. p. 140-148.

SUBIRATS, Eduardo. *A cultura como espetáculo*. São Paulo: Nobel, 1989. 157p.

UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development. *The Creative Economy Report 2010: creative economy – a feasible development option*. Geneva: United Nation, 2010. 423p. Disponível em: <<http://www.unctad.org/Templates/WebFlyer.asp?intItemID=5763&lang=1>>; Acesso em 20 dez. 2010.

UNESCO - Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. *Convención sobre la Protección y Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales*. Aprobada por la 33ª Reunión de la Conferencia General de la UNESCO. París, 20 de octubre de 2005. Disponible em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0014/001429/142919s.pdf>>. Acesso em: 21 maio 2006a.

UNESCO - Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. *Declaración de México sobre las Políticas Culturales*. Conferencia Mundial sobre las Políticas Culturales. México D.F., 26 de julio - 6 de agosto de 1982. Disponible em: <http://portal.unesco.org/culture/es/files/12762/11295424031mexico_sp.pdf/mexico_sp.pdf>. Acesso em: 21 maio 2006b.

UNESCO INSTITUTE FOR STATISTICS. *International flows of selected cultural goods and services, 1994-2003: defining and capturing the flows of global cultural trade*. UIS, Montreal, 2005. 99p.

YÚDICE, George. *A conveniência da cultura – usos da cultura na era global*. Belo Horizonte: UFMG, 2004. 615p.



RETOMANDO ALGUMAS QUESTÕES PARA
PENSAR A ECONOMIA CRIATIVA

ISAURA BOTELHO

A emergência de um novo paradigma é um dado que solicita uma rediscussão do campo que, anteriormente, estávamos habituados a denominar de economia da cultura: refiro-me à economia criativa, cuja abrangência expande o universo anterior, que, por sua vez, já apresentava uma grande diversidade de concepções.

Esse novo paradigma parte de uma iniciativa do campo econômico e não do cultural, e suas motivações também extrapolam o plano da cultura. Como já chamei a atenção em texto anterior⁵,

A criatividade e a diversidade passam a ser vistas e ressignificadas, portanto, a partir da sua “descoberta”, principalmente por parte de economistas, como propulsoras do desenvolvimento e do crescimento. Assim, cidades criativas, classe criativa, economia criativa e indústrias criativas refletem esse momento em que há a difusão da crença na importância da inovação como motor essencial do desenvolvimento social e econômico, diretamente relacionada com a satisfação das sociedades, dos grupos e indivíduos nessa emergente economia global baseada no conhecimento (BOTELHO, 2011).

Não se pode deixar de mencionar os trabalhos do americano Richard Florida. A partir do lançamento, em 2002, de seu livro *The Rise of the Creative Class*, seguido de *Cities and the Creative Class*, em 2005, este último uma resposta às críticas provocadas pelo primeiro, o debate se viu aquecido em torno da economia criativa e de sua relação com as cidades. A premissa básica de Florida é a de que os planos de desenvolvimento econômico que se baseiam na classe criativa terão sucesso nos processos de revitalização urbana e fatalmente atrairão uma população

5 *Criatividade em pauta: alguns elementos para reflexão*. Texto apresentado no VI Seminário da Diversidade Cultural promovido pelo Observatório da Diversidade Cultural (ODC), em 19 e 20 de maio de 2011, em Belo Horizonte. O texto foi publicado no Plano da Secretaria de Economia Criativa do Ministério da Cultura (2011).

jovem e bastante escolarizada, contribuindo para uma renovação demográfica da região em pauta. Sua definição de classe criativa é ampla, correspondendo a 30% da força de trabalho norte-americana: nesse universo, ele inclui as áreas de ciência e engenharia, arquitetura e design, artes em geral e entretenimento, da mesma maneira que inclui os trabalhadores dos setores de negócios e finanças, direito e saúde. Embora ele privilegie as artes e a cultura, a questão básica de Florida é a sociedade baseada na economia do conhecimento. Assim, sua fórmula para explicar a relação entre as cidades e a criatividade é a dos 3Ts: a tecnologia, que se refere à acumulação e à exploração do conhecimento humano; o talento, que se refere ao capital humano. Finalmente, o terceiro T de Richard Florida, a tolerância, é considerado chave, pois é ela que permite a convivência com a diversidade.

Para ele, a identidade e a consciência daqueles que pertencem a essa classe criativa não se fundam sobre o trabalho ou as instituições tradicionais, mas sobre sua própria criatividade. Na realidade, esse processo “criativo” de expansão das fronteiras do campo original da economia da cultura revela compromissos mais políticos que econômicos, e as artes importam não por seus significados e méritos intrínsecos, mas sim por agregar valor às cidades, por exemplo, mediante a concentração de artistas em determinadas regiões, contribuindo cada vez mais para a concentração de profissionais de áreas criativas como publicidade, moda, design etc.

Florida define classe de forma muito genérica como um grupo de pessoas com interesses em comum e que tendem a pensar e a se comportar de maneira semelhante, a partir de um status econômico. Tais pessoas comungariam o fato de sobreviverem a partir de sua própria criatividade. Mais do que uma estrita definição de classe, ele fala de estilos de vida. Ao mesmo tempo, parece-me que ele constroi uma argumentação que edulcora as modificações no universo do trabalho e

agrega profissões que nada têm a ver com o mundo da cultura e das artes, como engenheiros, homens de negócio, profissões ligadas à alta tecnologia, por exemplo, que ele identifica como infraestrutura de apoio à economia criativa.

O debate trouxe as artes para a linha de frente, pelo fato de elas exigirem um conjunto de talentos e formações especializadas, que vão, posteriormente, alimentar as indústrias criativas. Nesses termos, as artes, em suas diversas manifestações, criam riqueza e trabalho e permeiam muitas áreas de nossa vida. E como são expressões da criatividade humana, têm como resultado processos de identificação em nível tanto pessoal, como comunitário e nacional, e são fonte de entretenimento, de crescimento espiritual e entendimento internacional.

O interesse despertado pelo reconhecimento, por setores mais amplos da sociedade, de uma economia baseada no conhecimento tem permitido alguns avanços do ponto de vista das agendas governamentais. O fato de a arte e a cultura terem sido alçadas ao núcleo da economia criativa lhes traz uma nova visibilidade, não só para aqueles que estão fora do campo, como também altera o olhar e a postura de seus componentes intrínsecos – artistas de todas as expressões e produtores culturais, mais habituados a dialogar e intercambiar experiências com seus próprios pares.

No entanto, apesar das vantagens resultantes desses ganhos de visibilidade, que chamam a atenção para o papel do setor das artes e da cultura no desenvolvimento econômico, o raciocínio se estriba na possibilidade dessa criatividade intrínseca ao campo artístico agregar valor a produções de outra natureza, que pouco têm a ver com as artes. Dessa forma, as artes são instrumentalizadas em função de interesses que não são típicos dos valores inerentes às expressões artísticas.

Há muito se sabe da importância da socialização dessas expressões artísticas na formação global dos indivíduos, principalmente quando ela se dá nos momentos mais tenros da constituição de seu desenvolvimento. Essa premissa continua válida e não tem sido levada a sério pelas agendas governamentais na área da educação e, no plano da cultura, não tem conseguido fugir do discurso retórico. O debate não tem incluído esses aspectos decisivos em sua formulação, supondo uma criatividade algo abstrata e vista como uma espécie de característica estrutural de determinados indivíduos. Seu desenvolvimento é algo mais complexo e faz parte de um conjunto de decisões de políticas educacionais e culturais.

Nas discussões contemporâneas sobre economia criativa, é importante que se mencione desde estudiosos como Margaret Jane Wyszomirski,⁶ até críticos bastante abalizados como Xavier Greffe ou Gerald Raunig.

Wyszomirski (2008) se inclui no debate propondo a discriminação dos casos em que a criatividade, usada em seu sentido eminentemente cultural, seja isolada da produção industrial mais abrangente, como é o caso da indústria gráfica, por exemplo. No entanto, separar o que é cultural no conjunto dessa indústria gráfica fica bastante comprometido tendo em vista o nível de agregação de dados estatísticos. Esse também é o caso de áreas como a arquitetura e o *design*: ambas implicam tanto em uma atividade intrinsecamente artística como também na

6 Diretora do Programa de Pós-Graduação Política de Artes e Administração da Ohio State University.

arte aplicada. Nem toda arquitetura e nem todo *design* podem ser classificados como arte. Nesses casos, Wyszomirski propõe que a 'atividade criativa' se refira apenas ao que seria intrinsecamente criativo em termos artísticos, enquanto, acompanhada do adjetivo 'aplicada', ela referir-se-ia a atividades que podem empregar criatividade artística com outros fins, como agregar valor e diferenciação a produtos de outra natureza, tendo a geração de lucro como objetivo maior. De qualquer maneira, as dificuldades do ponto de vista da produção de dados permanecem carecendo de propostas exequíveis do ponto de vista da precisão.⁷

Xavier Greffe, economista francês conhecido por seus estudos em economia da cultura, chama a atenção para a relação direta entre o conceito de indústrias criativas com a crise, e consequente declínio, da indústria manufatureira do Reino Unido numa perspectiva globalizada. Nesse sentido, o *New Labor Party* de Tony Blair assume a iniciativa de propor e difundir uma nova configuração do campo das indústrias culturais. Assim, segundo Greffe, foram englobadas todas as indústrias que mobilizavam de maneira direta ou indireta uma criatividade cultural na produção de bens materiais com finalidades mais de ordem funcional que cultural (moda,

7 M. Wyszomirski (2008) descreve dessa forma o setor criativo: a) a infraestrutura da qual depende a criação se refere aos equipamentos e materiais para as indústrias criativas e se articula com a rede de fundos privados e serviços que dão apoio financeiro; a formação, os diversos tipos de treinamento e de desenvolvimento profissional; serviços de informação e pesquisa. b) a infraestrutura de distribuição promove a conexão entre as indústrias criativas e seus mercados e seus consumidores (pontos de venda e de distribuição; mídia e propaganda; as programações dos equipamentos; os serviços dos agentes, investidores e demais intermediários como críticos, curadores, negociantes de arte; serviços de mercado e pesquisas de audiência; um conjunto de parceiros e de colaboradores que fazem a ligação entre os artistas e as organizações artísticas e novos públicos potenciais). c) A infraestrutura pública inclui o financiamento público, formulação de políticas e regulação legal, estruturas de apoio e defesa do setor e associações profissionais. Ver o capítulo *Toward an Arts and Creative Sector* in: Cherbo, J. M., Stewart, R. A. & Wyszomirski, M. J. (editors) *Understanding the Arts and the Creative Sector in the United States*. New Brunswick, New Jersey and London: Rutgers University Press, 2008.

publicidade, design etc.) sob a denominação de indústrias criativas. Ou seja, aquelas atividades – como já mencionamos anteriormente – que empregam a criatividade artística como forma de agregar valor e diferenciação a produtos de outra natureza, tendo a geração de lucro como objetivo maior. Assim, os britânicos – vanguarda na conceituação do novo campo – organizaram o escopo de maneira a integrar outras indústrias muito intensivas em informação e comunicação, tais como a informática ou as biotecnologias. Como todas as indústrias são potencialmente criativas, a única maneira de escapar desse infundável debate sobre “o que faz e o que não faz parte” do novo campo é não proceder de forma vertical identificando os setores criativos, mas sim horizontal, identificando e transformando a criatividade na qualidade potencialmente comum a todos os setores da economia. Assim é que o mesmo Xavier Greffe aponta o fato de que essa leva impediu uma “reflexão coerente” sobre a economia. Acrescenta também que o desenvolvimento pelas indústrias criativas não significa que ele seja sustentável, um dos argumentos martelados por seus defensores. Na verdade, estamos diante de uma grande transformação no mundo das relações de trabalho, que tem sido como uma “variável” não explicitada no entusiasmado debate que tem envolvido não apenas políticos, mas também os atores do mundo da arte e da cultura.⁸

Em “A indústria criativa como engano das massas”, Gerald Raunig propõe, citando o filósofo Paul Virno⁹, que a indústria cultural de alguma maneira já permitira vislumbrar formas de organização

8 M Greffe, Xavier. Quelle politique culturelle pour une société créative? In: Poirrier, P. (direction) Politiques et pratiques de la culture. Paris : La documentation Française, 2010.

9 Virno, Paul. Gramática de la Multitud. Para un análisis de las formas de vida contemporánea. Madrid, Traficantes de Sueños, 2003, p.58.

do trabalho que, com o pós-fordismo, não apenas se generalizam como se tornam um novo cânone. Ele cita o exemplo dos trabalhadores das artes do espetáculo na França – os chamados intermitentes – como o fator que estabelece definitivamente que o caráter “extraordinário” da produção artística e cultural nada mais é do que o paradigma das novas formas de trabalho pós-fordista. Como suas características são a flexibilidade, descontinuidade, mobilidade e precariedade, elas terminam por servir de modelo para formas de reorganização do trabalho e da produção em outros âmbitos da produção social. Paradoxalmente, aquilo que sempre foi visto como uma grande dificuldade da vida artística muda de estatuto e passa a ser qualificado de forma positiva, na medida em que a precarização chegou a outros setores da produção social. Desta forma, já não se trata mais de *proteger* a cultura, mas sim trabalhar a partir dessa excepcionalidade como valor maior, mais adequada para responder às transformações no plano social e econômico.

Aqui a flexibilidade se torna norma despótica, a precarização do trabalho a regra, as fronteiras entre tempo de trabalho e tempo livre se diluem do mesmo modo que as fronteiras entre emprego e desemprego, e a precariedade se estende desde o trabalho ao conjunto da vida (RAUNIG, 2008, p. 38).

Todas essas considerações vão iluminando as distinções entre a indústria cultural e as novas configurações institucionais da indústria criativa: não temos mais o modelo das grandes empresas, mas sim pequenos negócios de produtores autônomos tanto nas comunicações, como na moda, no design gráfico e de produto, na publicidade alternativa, no audiovisual etc. e o ideal, do ponto de vista do planejamento urbano e das cidades criativas, é a reunião desses pequenos negócios em *clusters* que alimentariam a ‘diversidade’, a ‘riqueza’ e a ‘criatividade’ urbanas. Da mesma maneira, enquanto a indústria cultural parece se reportar a um componente coletivo abstrato de cultura, na indústria criativa o apelo constante é à criatividade individual.

Assim, Raunig se refere às indústrias criativas como pseudoinstituições (ou não instituições), pois são efêmeras, temporalmente limitadas e articuladas em torno de projetos. Dessa forma, se contrapõem à institucionalidade das indústrias culturais que se configuravam como grandes empresas estabelecidas no longo prazo.

Continuando nessa linha de pensamento, nos vemos diante de “instituições-projeto” que trazem a vantagem de se basearem na autodeterminação e na recusa dos rígidos ordenamentos do regime fordista. Se isso pode ser encarado como aspecto positivo, Raunig – sempre tendo Paul Virno como inspiração – chama a atenção para o fato de que essa forma de organização termina por promover a precarização e a insegurança do trabalho, pois a ideia centrada no projeto implica em limites temporais e na busca permanente de novos projetos, a instabilidade contaminando outros setores da vida do indivíduo. Assim é que, sob a bandeira do espírito criativo e empreendedor, temos uma desmedida terceirização de serviços e contratações temporárias. Aqueles cuja criatividade é tão exaltada são trabalhadores autônomos, confinados a um âmbito específico de aparente liberdade, independência e governo de si.

Não se trata, portanto, de discutir se estamos diante de uma nova moda ou não. Na verdade, as condições de vida e de trabalho alternativos embutidos na proposta das indústrias criativas representam a forma mais adequada e rentável economicamente falando para a atual etapa do neoliberalismo, pois favorecem a flexibilidade que o mercado de trabalho exige. Dessa forma, o que temos é uma nova forma de governabilidade neoliberal, uma resposta criativa às transformações impostas pelas mutações econômicas. Que os políticos tenham comprado a ideia não surpreende a ninguém. O que surpreende é o fato de que os atores do próprio campo artístico tenham se encantado por ela, sem perceber que talvez estejam apenas engolindo uma pílula edulcorada (BOTELHO, 2011).

Esse recente recorte proposto em torno das indústrias criativas, depois suavizada pela denominação de economia criativa, traz um desafio para a harmonização das estatísticas culturais. Alguns países já se encontram mais avançados que outros, mas os trabalhos já partem do pressuposto de uma posterior comparabilidade. Mesmo que alguns organismos venham sendo criados, como é o caso do Observatório da Economia Criativa na Argentina, o foco não difere basicamente do modelo de estatísticas culturais proposto pela Unesco em 1986. Assim, continuo me referindo a estatísticas culturais, sem assumir novos adjetivos como “criativas”.

Na experiência brasileira as estatísticas culturais são produzidas recentemente e não tiveram ainda uma utilização ampla que permita sua crítica e seu refinamento. Em outros países, entre eles Chile, Colômbia e Argentina, esse processo se encontra mais avançado. No entanto, o Brasil teve um papel importante nas discussões nos encontros internacionais, inclusive em nível de metodologia¹⁰. É uma oportunidade inédita a reunião de tantos dados, mesmo que questões de recorte do universo cultural gerem debates e diferenças. Essa é a razão de o Convênio Andrés Bello ter patrocinado a realização de uma cartilha para orientar a formulação de contas satélite em nossos países que já “nasçam” comparáveis.

No campo das estatísticas culturais, alguns desafios não podem ser relegados na primeira fase:

- a) a definição de um tronco comum de setores de atividade que sejam unanimemente considerados culturais;

¹⁰ Nesses encontros internacionais, o Brasil foi representado por Cristina Lins, coordenadora do Grupo de Trabalho de Cultura do IBGE.

b) o estabelecimento de uma classificação de atividades culturais a partir das propostas pela Unesco;

c) a melhoria do desenvolvimento das estatísticas culturais, comparando-as com as já existentes, sobretudo nos territórios culturalmente próximos;

d) a definição de variáveis e de indicadores que permitam mensurar a oferta e a demanda de diferentes atividades, bens e serviços culturais.

Outro aspecto que se deve mencionar é o fato de que a Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI) estabelece como uma característica principal das atividades culturais os direitos de propriedade intelectual, que passam a fazer parte do campo da economia criativa. A Unctad também assume acriticamente essa proposta o que reforça o foco nas questões de interesse econômico ligado aos conglomerados que atuam na área cultural. Em 2005, a Unesco estabeleceu um novo modelo, cuja grande vantagem é a de conservar a base comum e estatisticamente pertinente e de propor as atividades em relação a essa base, que são flexíveis conforme a realidade de cada país. Essa flexibilidade, que permite uma reestruturação do campo estatístico, pode, no entanto, trazer problemas do ponto de vista da análise comparativa. As estatísticas culturais continuam, como se pode observar, reféns de debates conceituais complexos, bastante dependentes das tradições políticas e culturais de cada país, o que terá consequências sobre o trabalho estatístico possível.

A recém criada Secretaria de Economia Criativa do Ministério da Cultura, no entanto, avança ao encarar essa nova proposta numa perspectiva de cultura e desenvolvimento, sem focar sua ação na propriedade intelectual, já que a criação cultural não se limita ao campo dos direitos autorais.

Nesse sentido, o pensamento de Celso Furtado volta à linha de frente dos debates, prometendo a abertura de caminhos mais alvissareiros, evitando a mera reprodução de modelos exógenos.

Além de recusar uma definição do campo restrita aos insumos ou à propriedade intelectual dos bens e serviços criativos, a Secretaria de Economia Criativa propõe o uso do termo “setores criativos” em vez de indústrias criativas. Segundo o texto do plano que condensa as “políticas, diretrizes e ações” para o período 2011 a 2014, tal termo não tem as ambiguidades que a tradução literal do inglês comporta¹¹. Assim surge uma definição que, de qualquer maneira, não resolve os problemas apontados do ponto de vista do levantamento de dados estatísticos:

[...] os setores criativos são aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central da formação do preço, e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica. (BRASIL, Ministério da Cultura, 2011, p.22)

Dessa definição decorre a de economia criativa:

Na primeira parte de nosso plano definimos Economia Criativa a partir das dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de criação, produção, distribuição/circulação/difusão e consumo/fruição de bens e serviços oriundos dos setores criativos, caracterizados pela prevalência de sua dimensão simbólica (BRASIL, Ministério da Cultura, 2011, p. 23).

¹¹ Essa argumentação, que se encontra na página 22 do Plano da Secretaria de Economia Criativa, pretende resolver o mal-estar com o termo “creative industries”, mas não me parece convincente.

Há um leque razoável de componentes do novo campo da economia criativa. Assim sendo, os termos artístico, artes, artes e cultura, artes e entretenimento, informação, conhecimento, copyright (ignorando o direito autoral que adotamos), são usados, por vezes, de maneira indiscriminada. Não há um acordo quanto a eles, mesmo que a Unctad venha buscando a liderança na condução das *démarches* de levantamentos de dados ou da produção de conhecimento sobre esse universo que constroi um novo paradigma, sem entrar na discussão conceitual. Não se trata aqui de se dedicar apenas a metodologias de levantamento de dados. A circunscrição do campo ainda requer a articulação de conceitos de maneira a se constituir de maneira mais sólida. A superficialidade com que eles vêm sendo tratados faz *tabula rasa* de toda a evolução dos conceitos e paradigmas que ajudaram a constituir o debate no campo das artes e da cultura. A articulação de conceitos que vêm sendo utilizados, como “propriedade intelectual criativa”, “valor simbólico” e “ativos imateriais”, por exemplo, não necessariamente permitirá uma definição de um campo que possa ser submetido a uma verificação empírica e estatística.

O que está em jogo é de ordem política ou ideológica. Trata-se de demonstrar que a criatividade – que se confunde com as atividades artísticas, e, por vezes, culturais – é decisiva para o conjunto da sociedade, do ponto de vista econômico.

Nesse sentido, medir o impacto da criatividade torna-se um imperativo, já que ela se tornou um indicador fundamental, embora sua definição esteja a serviço de interesses múltiplos. Parece-me, no entanto, que, para dar conta do desafio, não se pode prescindir do refinamento da identificação, não apenas dos componentes do novo campo, como também de investigações específicas que permitam apreender as particularidades desse novo e determinante indicador.

Se, por um lado, alguns “compraram” facilmente a proposta das indústrias criativas e suas coirmãs cidades criativas e classe criativa, por outro, alguns críticos já vêm levantando problemas que devem ser objeto de um debate mais decisivo. Provavelmente, há a possibilidade de se estabelecerem indicadores pertinentes. Mas serão necessários refinamentos em nível de universo de amostragem que permitam a comparação dos diversos setores e a contribuição de cada um deles para o crescimento, a competitividade e o emprego. Se esse for o objetivo político do conceito de “indústrias criativas”, não creio que haja necessidade de desmontar o campo já constituído das estatísticas culturais, cujos desafios continuam a estimular os produtores de dados e a alimentar as esperanças de novos e decisivos argumentos em favor da cultura como fator estruturante do desenvolvimento das sociedades.

REFERÊNCIAS

BOTELHO, Isaura. Criatividade em pauta: alguns elementos para reflexão. In: BRASIL, MINISTÉRIO DA CULTURA. *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011 - 2014*. Brasília, Ministério da Cultura, 2011.

BRASIL. MINISTÉRIO DA CULTURA. *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011 - 2014*. Brasília, Ministério da Cultura, 2011. 148 p.

CHERBO, J. M., STEWART, R. A. & WYSZOMIRSKI, M. J. (editors) *Understanding the Arts and the Creative Sector in the United States*. New Brunswick, New Jersey and London: Rutgers University Press, 2008.

FLORIDA, Richard. *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books, (2002).

GREFFE, Xavier. Quelle Politique Culturelle Pour Une Société Créative? In: *Poirrier, P. (Direction) Politiques et Pratiques de La Culture*. Paris : La Documentation Française, 2010.

RAUNIG, G. La industria creativa como engaño de masas. In: *Producción Cultural y Practicas Instituyentes*. Madrid: Traficantes de Sueños.

VIRNO, Paul. *Gramatica de la Multitud*. Para un Análisis de las Formas de Vida Contemporánea. Madrid, Traficantes de Sueños, 2003.



DESENVOLVIMENTO E POLÍTICAS
CULTURAIS: VISÕES E REVISÕES

LIA CALABRE

Como afirma o estudioso mexicano Eduardo Nivón, uma das grandes novidades do nosso tempo é a de pensar a política cultural como uma globalidade, como uma concepção articulada a ações já existentes, mas que eram efetivadas de maneira isolada entre si (BOLÁN, p. 54). Esse lugar, que vem sendo, gradativa e efetivamente, ocupado pela cultura dentro do conjunto das políticas públicas a partir dos anos 1950, é o cenário no qual se estabelecerá o diálogo aqui proposto entre desenvolvimento e política cultural.

Afirmativas sobre a centralidade do papel da cultura no mundo contemporâneo estão presentes em discursos e reflexões de natureza diversa, embora a identificação, a captura dos elementos que comprovem essa centralidade não se apresente como uma tarefa fácil de ser realizada. Se no discurso a presença da cultura aparece de maneira veemente, a prática nos mostra que, no que diz respeito aos investimentos efetivos, ela ocupa um lugar periférico na partilha dos recursos existentes para elaboração e implementação de políticas públicas.

Nesse sentido, a pauta atual de discussões públicas sobre economia criativa, envolvendo o Estado e os mais diversos atores da sociedade, mostra-se extremamente interessante e potencialmente promissora. O termo “potencialmente” aqui tem a função fundamental de aportar interrogações ao campo dos debates e das análises.

É com a intenção de contribuir com o debate no campo das políticas públicas que estamos propondo um diálogo entre conceitos, visões e revisões da problemática do desenvolvimento. Começaremos com uma rápida reconstituição do histórico do conceito de desenvolvimento, passando por algumas das diversas versões produzidas sobre ele. Em seguida apresentam-se alguns elementos relativos à problemática das políticas culturais e sua efetivação no Brasil sob a ótica do desenvolvimento, com o objetivo de cooperar com as reflexões que vêm se construindo no campo da economia criativa.

1. VISÕES SOBRE DESENVOLVIMENTO

Uma visão antiga, porém, ainda muito recorrente, quando tratamos da questão do desenvolvimento é a da ideia de progresso, cujos pressupostos remontam ao século XVII, ao Iluminismo técnico e científico. A ideia de progresso está ligada ao princípio da evolução contínua do homem, a qual, por sua vez, significa o aumento infinito da produção material. O preço dessa evolução assentada no aumento da produção e na expansão econômica pode ser medido, por exemplo, pelas péssimas condições de trabalho dos operários ingleses (nos séculos XVIII e XIX) ou pela intensificação de um novo modelo de exploração das colônias africanas (nos séculos XIX e XX). Ou seja, a evolução e o aumento da produção e do consumo desses bens materiais estiveram restritos a uma parte da humanidade, colocando os países industrializados em um patamar destacado de desenvolvimento, mas, mesmo dentro deles, privilegiando uma pequena parcela da população.

A extrema concentração da riqueza colocou em evidência a falência do modelo de desenvolvimento como progresso. No campo político e social, o modelo econômico vigente criou uma massa de expropriados, originando uma série de movimentos, como o ludismo e o anarquismo, que exigiam mudanças. É o momento quando, principalmente na Europa, buscou-se a substituição dos valores individuais do capitalismo por valores que visassem ao conjunto da sociedade. Logo, o conceito de desenvolvimento passa a ser associado a bem-estar social, cabendo ao Estado regular os conflitos entre as diversas camadas da sociedade e garantir uma série de direitos por meio da implantação de sistemas de serviços públicos. O Estado fornece as condições para a existência de uma sociedade menos desigual, com acesso a saúde, educação, saneamento e habitação, contribuindo para a diminuição dos graus de desigualdade social. Segundo o economista Carlos Renato Mota, "a noção de desenvolvimento como bem-estar social com forte ênfase na atuação do Estado como

produtor e distribuidor de recursos não foi inconciliável na prática à noção de desenvolvimento como progresso” (MOTA, 2001. p. 32). O que temos nesse cenário é o conceito de desenvolvimento ainda diretamente vinculado a questões econômicas, praticando uma visão de desenvolvimento econômico, que segundo o economista Bresser-Pereira:

[...] é o processo de sistemática acumulação de capital e de incorporação do progresso técnico ao trabalho e ao capital que leva ao aumento sustentado da produtividade ou da renda por habitante e, em consequência, dos salários e dos padrões de bem-estar de uma determinada sociedade (BRESSER-PEREIRA, 2008. p. 1).

A definição teórica do desenvolvimento econômico (acima apresentada) como a de um processo que levaria a um aumento sustentado e bem distribuído pouco reflete a prática vivenciada pelos países do chamado Terceiro Mundo. Essas transformações estruturais da economia afetaram de maneira muito desigual o conjunto dos indivíduos. As políticas de bem-estar, os modelos dinâmicos de desenvolvimento, a ênfase no planejamento e os resultados medidos pelo crescimento do produto interno bruto (PIB) não foram suficientes para promover um desenvolvimento equitativo, visão compartilhada por alguns economistas. Nesse contexto, temos o surgimento do conceito de desenvolvimento como liberdade, defendido por Amartya Sen, um dos criadores do Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) e Prêmio Nobel de Economia em 1998.

Para Sen, o desenvolvimento “pode ser visto como um processo de expansão das liberdades reais que as pessoas desfrutam” (SEN, 2000. p. 17). O economista não nega a importância do crescimento do produto interno bruto, mas o enfoque do desenvolvimento como liberdade extrapola, em muito, as fronteiras do econômico e assenta-se no campo dos direitos fundamentais. Ainda segundo o economista: “com oportunidades sociais adequadas, os indivíduos podem efetivamente moldar seu próprio destino e ajudar uns aos outros. Não precisam ser vistos, sobretudo, como beneficiários passivos de engenhosos programas de desenvolvimento” (SEN, 2000. p. 26).

Passando para o contexto brasileiro, até os anos 1970, o modelo de desenvolvimento econômico aplicado esteve centrado nas indústrias de bens de consumo duráveis e automobilística, bens de classes média e alta, com polos de produção concentrados no sudeste. Nesse período as discussões e análises em voga estavam informadas pelas teorias de desenvolvimento e subdesenvolvimento, tendo entre seus elaboradores o economista brasileiro Celso Furtado. Defendia-se a urgência de projetos de desenvolvimento. Em suas obras escritas na década de 1960, Celso Furtado não separa a ideia de desenvolvimento da de desenvolvimento econômico, mas a distingue de crescimento. Para o economista, o desenvolvimento compreende a ideia de crescimento, superando-a. Em um texto publicado em 2004, Furtado apresenta de maneira explícita a separação entre crescimento econômico e desenvolvimento – quase quatro décadas haviam se passado entre suas experiências na Comissão Econômica para a América Latina e Caribe (Cepal) – e a conferência na qual ele afirmava:

O *crescimento econômico*, tal qual o conhecemos, vem se fundando na preservação dos privilégios das elites que satisfazem seu afã de modernização; já o *desenvolvimento* se caracteriza pelo seu projeto social subjacente. Dispor de recursos para investir está longe de ser condição suficiente para preparar um melhor futuro para a massa da população. Mas quando o projeto social prioriza a efetiva melhoria das condições de vida dessa população, o crescimento se metamorfoseia em desenvolvimento (FURTADO, 2004. p. 484).

No caso dos estudos da relação entre cultura e desenvolvimento no Brasil, revisitar a década de 1980 é um exercício interessante. Esse é o momento no qual o economista Celso Furtado foi ministro da cultura do governo do presidente José Sarney. É importante recordar que o Ministério da Cultura foi criado em 1985 no governo Sarney. Em 1986, foi promulgada a Lei nº 7.505, de 2 de julho, que dispunha sobre benefícios fiscais na área do imposto de renda concedidos a operações de caráter cultural ou artístico, que ficou conhecida como Lei Sarney. A lei foi elaborada e sancionada na gestão do ministro Celso Furtado.

Em discurso proferido na solenidade de assinatura do envio do projeto de lei ao Congresso, o ministro Furtado afirmou que, para o governo,

[...] estimular a emergência e o desenvolvimento das forças criativas, tão vigorosas em nosso povo, é facilitar o surgimento e o revigoramento de instituições locais de apoio à ação cultural, e ainda ativar na sociedade a consciência de que o efetivo controle do uso dos recursos que se aplicam na cultura e transitam pelo Estado é tarefa que corresponde às comunidades que deles se beneficiam (FURTADO, 1988-A p.9).

O ministro classificou a capacidade criativa da sociedade brasileira de vigorosa, apostando na criação da lei para obter os recursos financeiros necessários para gerar um processo de desenvolvimento. Aqui o conceito de desenvolvimento em questão é o da potência, é o que prevê para a sociedade o lugar de agente de transformação, como define Amartya Sen, é “de alguém que age e ocasiona

¹² As questões que serão discutidas a partir daqui são a ampliação e o desdobramento da argumentação presente no artigo “A problemática do desenvolvimento dentro do campo de construção de políticas culturais”, publicado em BRASIL, Ministério da Cultura, 2011.

mudança e cujas realizações podem ser julgadas de acordo com seus próprios valores e objetivos, independentemente de as avaliarmos ou não segundo algum critério externo” (SEN, 2000. p. 33).

A lei integraria uma política cultural cujo principal eixo deveria ser o da liberação das forças criativas da sociedade. Não se pode deixar de ressaltar que o país havia saído de 20 longos anos de ditadura civil militar, ao longo dos quais a sociedade esteve submetida à lógica do Estado provedor das necessidades e controlador (e mais que isso, interventor) dos movimentos da sociedade civil.

Pode-se dizer que o discurso de Celso Furtado incita claramente a sociedade a assumir o papel de protagonista na vida cultural do país, de maneira a conduzir as mudanças que deveriam se processar nos campos do financiamento à cultura, da construção de políticas culturais, ou melhor, das políticas públicas de cultura. A ideia e o desenho de política pública propostos por Furtado eram novos, ainda mais no campo da cultura. Ainda que seja possível encontrar discussões sobre políticas culturais nas décadas de 1960 e 1970, a visão presente no discurso do ministro era inovadora, levava a ação do Estado para novas direções.

Celso Furtado, nesse mesmo discurso, define qual a visão de política cultural daquele governo.

Nesse momento, o governo da Nova República define sua própria visão de política cultural, fundando-a no reconhecimento de que em uma sociedade democrática as funções do Estado no campo da cultura são de natureza supletiva [...] O estímulo e o apoio dados pelo Estado devem ser o mais possível abrangentes, abrindo caminho às forças criativas ali onde estas se manifestem abertamente, ou existam apenas como virtualidade (FURTADO, 1988-A p.9).

As concepções apresentadas pelo ministro dialogam com os conceitos de política cultural que estavam sendo elaborados e difundidos na mesma década, tanto em documentos oficiais como os da Unesco, como pelo grupo de estudiosos que desenvolviam trabalhos na área, como é o caso de

Garcia Canclini. Para o estudioso, política cultural é:

El conjunto de intervenciones realizadas por el estado, las instituciones civiles y los grupos comunitarios organizados a fin de orientar el desarrollo simbólico, satisfacer las necesidades culturales de la población y obtener consenso para un tipo de orden o transformación social (GARCIA CANCLINI, 1987, p.26).

Nas discussões e nos encontros governamentais, circulavam, naquele momento, as questões levantadas pela Conferência Mundial sobre Políticas Culturais, realizada pela Unesco, no México, em 1982, e que resultaram na Declaração do México sobre Políticas Culturais. Entre as considerações presentes no documento, que antecede a lista de princípios que deveria reger as políticas culturais nos países membros, temos a de que a cultura engloba, além das artes e letras, os modos de vida, os direitos fundamentais do ser humano, os sistemas de valores, as tradições e as crenças. O documento afirma ainda que a cultura dá ao homem a capacidade de refletir sobre si mesmo. O diálogo entre as afirmações do ministro Celso Furtado e as discussões internacionais é evidente. Sem eximir o Estado de suas obrigações, ele propõe que a sociedade ative seu potencial criativo. Os brasileiros são chamados a despertar aquela parcela que (ainda com base no documento da Unesco) faz de nós seres especificamente humanos, racionais, críticos e eticamente comprometidos.

No discurso de lançamento da lei de benefícios fiscais, o ministro Furtado deixa claro que a ação do Estado se soma à da sociedade, que o Estado tem uma ação complementar, o que não retira dele a obrigação de abranger o maior número possível de pessoas e fomentar as atividades onde pareçam não existir. As reflexões do ministro antecede em dois anos as exigências constitucionais de que o Estado garanta a todos os brasileiros o direito à cultura, como ficou previsto na Constituição de 1988, e dialogam com questões que, somente mais recentemente, na gestão do ministro Gilberto Gil, vieram efetivamente fazer parte do *modus operandi* do Ministério da Cultura.

Como já foi dito anteriormente, Celso Furtado faz parte do grupo de economistas que concebe o desenvolvimento como algo ligado também a mudanças qualitativas tanto no modo de vida das pessoas, quanto nas instituições e nas estruturas produtivas. Ainda no comando do Ministério de Cultura, Furtado encomenda à Fundação João Pinheiro os primeiros estudos que possuímos sobre economia da cultura, tema que naquela época era desconsiderado pela maioria dos economistas. Em sua gestão foram feitos os primeiros esboços de projetos de construção de uma conta satélite visando a mensurar o PIB da cultura – os estudos da João Pinheiro serviriam de base para a realização de tal empreendimento. O Ministro inicia o prefácio da publicação dos resultados da pesquisa, tentando definir o que é cultura para esse campo de estudos:

Sistema de valores, a cultura é da esfera dos fins, e a lógica dos fins escapa ao cálculo econômico em sua versão tradicional. Mas já ninguém ignora que as relações entre fins e meios nos processos sociais são com frequência bi-univocas, podendo prevalecer uns sobre os outros na configuração ocasional desses processos. (...) Para pensar a cultura como processo produtivo é necessário penetrar em um campo conceitual pouco explorado e, em razão da referida interação entre fins e meios, particularmente elusivo (FURTADO, 1988-B. p.5).

No mesmo texto, um pouco mais adiante, depois de discorrer sobre os impactos causados pelas novas tecnologias e pelo processo de exportação de produtos culturais assentado em lógicas econômicas, Furtado vai buscar as peculiaridades da natureza do trabalho na cultura, afirmando que:

Na visão econômica dos processos produtivos, o trabalho é simplesmente um meio, fator de produção cuja produtividade tende a aumentar na medida em que avançam acumulação e técnicas. Ora, no mundo das artes o trabalho não é apenas meio, mas também fim. Nesse último caso, faz-se difícil introduzir o conceito de produtividade. Num espetáculo vivo de canto, ou de dança, ou teatral, o trabalho é um fim em si mesmo (FURTADO, 1988-B. p.6).

Entre as tarefas pertencentes ao campo dos estudos econômicos na área da cultura está a de classificar as atividades produtivas, para melhor compreender a lógica na qual se inserem. Ao buscar classificar as atividades culturais dentro do campo das atividades produtivas, Furtado afirma que:

As atividades culturais incluem-se entre aquelas cuja demanda apresenta uma elevada elasticidade renda, sendo ao mesmo tempo fontes criadoras de emprego e fracas consumidoras de divisas. Contudo carecemos de informações sobre essa matéria, até hoje considerada de pouca relevância econômica (Furtado. 1988-B. p.6).

Quase duas décadas depois, as questões e indefinições sobre o lugar da cultura nos campos econômico e do desenvolvimento ainda estão presentes nas discussões acadêmicas e de políticas públicas – durante a década de 1990 pouco se avançou nesse campo. Muito recentemente é que tal problemática foi retomada de maneira mais efetiva pelo Ministério da Cultura.

Hoje, vários autores concordam com o lugar central que a cultura ocupa em nossas sociedades, e não estamos aqui falando somente das linguagens artísticas ou dos suportes materiais da produção cultural. Renato Ortiz, em um texto que discute exatamente cultura e desenvolvimento, afirma que este último é uma dimensão intrínseca às sociedades modernas. Logo:

[...] o vínculo entre cultura e desenvolvimento, embora não seja necessário, é decisivo. Dizer que as culturas são um “patrimônio da humanidade” significa considerar a diversidade enquanto um valor, se não “universal”, pelo menos, extensivo a um conjunto amplo de indivíduos. “Todos” devemos cultivá-lo e respeitá-lo (ORTIZ, p.126).

Retomando o caminho da discussão do desenvolvimento como liberdade (ou acesso a um conjunto de direitos, para os que assim preferirem) verifica-se que uma série de ações implementadas na última década nos permite afirmar que as políticas culturais brasileiras seguiram nessa direção.

3. QUESTÕES CONTEMPORÂNEAS

A política cultural deve reconhecer na contemporaneidade a existência da diversidade de públicos, com visões e interesses diferenciados. No caso brasileiro, temos a premência de reverter o processo de exclusão da maior parcela da população das oportunidades de consumo e de criação culturais. Ou seja, estamos falando da implementação de políticas que reconheçam e respeitem a diversidade cultural e atuem como elemento ampliador das potencialidades.

A promoção de políticas de caráter mais universal tem como desafio, segundo Pierre Bourdieu, o processo de “desigualdade natural das necessidades culturais”. Para o sociólogo francês, é necessário ter cautela na aplicação mecânica e simplista de uma política de acesso. Ao analisar o acesso do público aos museus de arte em diferentes cidades da Europa, ele alerta para o fato de que:

[...] se é incontestável que nossa sociedade oferece a todos a possibilidade pura de tirar proveito das obras expostas no museu, ocorre que somente alguns têm a possibilidade real de concretizá-la. Considerando que a aspiração à prática cultural varia com a prática cultural e que a necessidade cultural reduplica à medida que esta é satisfeita, a falta de prática é acompanhada pela ausência do sentimento dessa privação. (BOURDIEU; DARBEL, 2003, p. 69)

A política de franqueamento das diversas atividades culturais ao conjunto da sociedade tem como desafio o compartilhamento dessas múltiplas linguagens com esse mesmo conjunto. Segundo Tereza Ventura, “o desafio que se impõe é combinar processos culturais particulares com direitos de cidadania universais” (VENTURA, 2005. p. 88). Os direitos culturais estão incluídos naquilo que hoje se classifica como direitos de segunda geração. Segundo o sociólogo Boaventura de Sousa Santos, os direitos humanos como direitos de primeira geração foram concebidos na luta da sociedade

contra o Estado. Já nos direitos de segunda e terceira geração o pressuposto é que o Estado deve garanti-los. Há, por parte do estudioso, uma preocupação de como os direitos humanos podem ser uma política simultaneamente cultural e global:

[...] uma vez que todas as culturas tendem a distribuir pessoas e grupos de acordo com dois princípios concorrentes de pertença hierárquica, e, portanto, com concepções concorrentes de igualdade e diferença, as pessoas e os grupos sociais têm o direito a ser iguais quando a diferença os inferioriza, e o direito a ser diferentes quando a igualdade os descaracteriza (SOUSA SANTOS, 1997, p.97).

Novos projetos vêm sendo colocados em prática no país, como a criação da Secretaria de Economia Criativa no Ministério da Cultura, com uma forte preocupação de promover estudos e mapeamentos que possam subsidiar a tomada de decisões para a construção de políticas públicas para a área.

Entre os princípios que regerão o Sistema Nacional de Cultura¹³, temos o da autonomia dos entes federados e das instituições da sociedade civil. Assim como os do respeito à diversidade, da universalização do acesso aos bens e serviços culturais, da cooperação entre os diferentes agentes e da democratização dos processos decisórios. Tais princípios, se efetivamente praticados, poderão encaminhar as políticas culturais brasileiras para um processo de desenvolvimento como liberdade.

13 Em julho de 2012, no momento em que este artigo foi finalizado, a PEC 416, da criação do SNC, havia sido aprovada na Câmara e enviada para aprovação no Senado Federal.

4. REFERÊNCIAS

BOLÁN, Eduardo Nivón. *La política cultural*. Temas, problemas y oportunidades. México: CONACULTA/Fundo Regional para la cultura y las artes de la zona centro.2006.

BOURDIEU, Pierre e DARBEL, Alain. *O amor pela arte: os museus de arte na Europa e seu público*. São Paulo: Edusp/Zouk, 2003.

BRESSER-PEREIRA, Luis Carlos. *O conceito histórico do desenvolvimento econômico*. Disponível em: <<http://files.desenvolvimentoeconomicoufv.webnode.com.br/200000010>>

CALABRE, Lia. A problemática do desenvolvimento dentro do campo de construção de políticas culturais. In: *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações*. 2011-2014. Brasília. Ministério da Cultura, 2011.

FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO. *Economia da cultura: reflexões sobre as indústrias culturais no Brasil*. Brasília, IPC/Secretaria de apoio à Produção Cultural. Minc, 1988.

FURTADO, Celso. Discurso de 04/06/1986. In: MINC. *Lei Sarney: regulamento, benefícios fiscais na área da cultura*. Brasília. 1988-A.

_____. Prefácio. In: Fundação João Pinheiro. *Economia da cultura: reflexões sobre as indústrias culturais no Brasil*. Brasília, IPC/Secretaria de apoio à Produção Cultural. Minc, 1988.-B

_____. Os desafios da nova geração. In: *Revista de Economia Política*, vol. 24, nº 4 (96), outubro-dezembro/2004. pp. 483-486 Disponível em: <<http://www.rep.org.br/pdf/96-1.pdf>>

GARCIA-CANCLINI, Néstor. ed. *Políticas Culturales en América Latina*. México. Editorial Grijalbo, 1987.

MOTA, Carlos Renato. As principais teorias e práticas de desenvolvimento In: BURSZTYN, Marcel. *A difícil sustentabilidade: política energética e problemas ambientais*. Rio de Janeiro: Ed. Garamondi, 2001.

OLIVEIRA, Gilson Batista de. Uma discussão sobre o conceito de desenvolvimento. In: *Revista FAE*, Curitiba, v. 5, n. 2, p. 37-48, mai/ago. 2002. Disponível em: <http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v5_n2/uma_discussao_> Capturada em 2/7/2011.

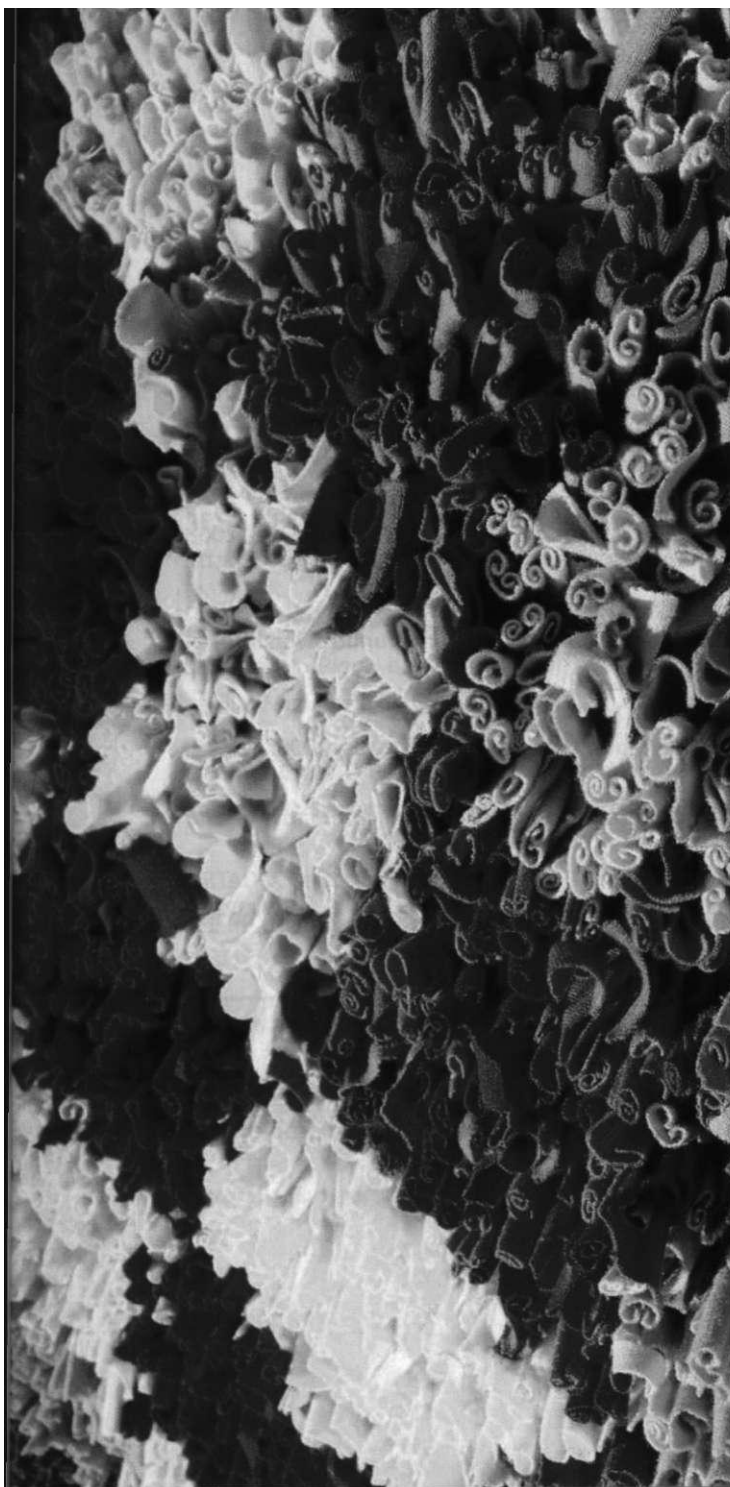
ORTIZ, Renato. Cultura e Desenvolvimento. In: *Políticas Culturais em Revista*, 1(1), p. 122-128, 2008 – <www.politicasculturaisemrevista.ufba.br>

PNUD. *Relatório do Desenvolvimento Humano – 2004 – Liberdade Cultural num mundo diversificado*. Disponível em: <http://hdr.undp.org/en/media/hdr04_po_complete.pdf>

SEN, Amartya. *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

SOUSA SANTOS, Boaventura de Souza. Uma concepção multicultural de direitos humanos. In: *Lua Nova*, nº 39. São Paulo.1997.

VENTURA, Tereza. Notas sobre política cultural contemporânea. In: *Revista Rio de Janeiro*, n. 15, jan-abr 2005. p.77-89.



A ECONOMIA CRIATIVA COMO POLÍTICA
DE DESENVOLVIMENTO: CULTURA,
CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO

MARTA PROCÓPIO DE OLIVEIRA
MÔNICA B. DE LIMA STARLING

Este artigo tem como objetivo situar as principais discussões ocorridas em torno do tema da economia criativa, identificando as polêmicas centrais e os atores que se destacaram nesse debate na última década. O trabalho apresenta o contexto de surgimento do discurso teórico-político sobre a questão, suas principais motivações, seus princípios e objetivos. A elaboração de uma proposta de política pública baseada na retórica da economia criativa insere-se na busca de alternativas de crescimento e desenvolvimento para os países, frente a um cenário de competitividade global e da crise econômica contemporânea. Como consequência do processo de globalização e da ampliação das oportunidades criadas pelas novas tecnologias digitais e por seus impactos na comunicação, nas organizações de mercado e no consumo, surgem propostas para uma nova política de desenvolvimento que valoriza os recursos culturais imateriais e simbólicos com potencial para diferenciar as localidades e atrair novos investimentos que impulsionem o processo de desenvolvimento econômico e social.

O artigo problematiza o tema do desenvolvimento considerado como o objetivo final das políticas fundamentadas na economia criativa. Para isso, parte do conceito de economia criativa e analisa a coerência dessa proposta como um paradigma ampliado de desenvolvimento que inclui as metas de inclusão social, sustentabilidade, qualidade de vida e equidade social. Com base em estudos teóricos e empíricos já produzidos sobre o tema, procede-se a uma análise do marco teórico-discursivo dessa proposta política e de aspectos da dinâmica das organizações culturais e criativas, de forma a discutir suas potenciais contribuições para o crescimento econômico e o desenvolvimento das sociedades.

1. ECONOMIA CRIATIVA: AS VÁRIAS ABORDAGENS E SEUS DISCURSOS

O conceito de economia criativa tem se caracterizado por expressivas controvérsias desde que passou a compor, em meados dos anos de 1990, um discurso teórico-político que localiza nos setores econômicos baseados na criatividade, nos ativos intelectuais e no conhecimento o potencial de dinamizar a economia e de gerar uma nova estratégia de desenvolvimento para as sociedades. O pioneirismo no levantamento desse tema, como ressaltado pela literatura, coube à Austrália¹⁴ e, em seguida, ao Reino Unido, que criou, a partir de 1997, uma ação política centrada nas indústrias criativas. Tal programa foi implementado pelo *Department for Culture, Media and Sport* (DCMS), instituído pelo governo trabalhista de Tony Blair, como uma nova estratégia de desenvolvimento diante do fraco desempenho das indústrias tradicionais do país e da sua perda de competitividade no cenário internacional. A partir de 2005, o DCMS passa a adotar o termo *creative economy* no lugar de *creative industry* em função de seu escopo mais abrangente em termos dos setores considerados criativos: propaganda, arquitetura, mercado de artes e antiguidades, artes performáticas, artes cênicas, artesanato, design, design de moda, filme e vídeo, música, publicação, software e games, televisão e rádio.

O contexto de surgimento desse conceito relaciona-se tanto à intensificação da globalização econômica e cultural e suas consequências adversas sobre as economias nacionais, quanto ao

14 O primeiro-ministro da Austrália profere, em 1994, o discurso *Creative Nation*, no qual problematizava as condições de inserção da economia australiana no cenário mundial diante do processo de globalização e de seu potencial malefício para a diversidade cultural local. O discurso ressaltava ainda a evolução das novas tecnologias de informação e comunicação e seu impacto nas condições de competitividade internacionais gerando oportunidades de reposicionamento da economia do país.

advento da revolução digital e das novas tecnologias de informação e comunicação, que estimularam as trocas interculturais e as mudanças nos padrões de consumo. Tais processos fomentaram a expansão dos bens, serviços e das atividades simbólico-culturais e a ampliação e diferenciação de seu consumo. Ressaltam-se também os interesses das instituições internacionais, das agências multilaterais e dos governos nacionais e demais agentes da área cultural na construção de um discurso que confira centralidade às políticas culturais como políticas econômicas.

A retórica que se construiu, de início baseada em teóricos australianos e britânicos, além dos políticos e consultores dos respectivos governos, tem como foco recursos como a criatividade, os ativos intangíveis – quer tecnológicos ou culturais – a informação e o conhecimento. Essa abordagem ressalta o papel central da criatividade no desenvolvimento de soluções inovadoras para os problemas econômicos contemporâneos e na geração de novos modelos de negócios que estimulariam a entrada de um grande número de novos empreendedores no mercado, ampliando sua competitividade e o seu compartilhamento em rede. Essa nova dinâmica teria potencial de causar impactos na economia local, resultando na atração de novos atores e investimentos e estimulando o seu desenvolvimento. O diferencial de criatividade e de inovação entre os vários países estaria associado aos valores advindos da sua diversidade cultural, sobre os quais se fundam iniciativas geradoras de valor¹⁵.

15 Os teóricos e pesquisadores que influenciaram a construção de um discurso teórico-político sobre as indústrias criativas e a economia criativa são, entre outros: John Howkins (2001); Richard Florida (2005); David Throsby (2001); John Hartley (2004); Terry Flew e Stuart Cunningham (2010); Xavier Greffe (2005). A esses autores devem ser acrescentados os trabalhos referenciais da Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) e da Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (Unctad).

A composição de um marco teórico sobre a economia criativa resultou da convergência de contribuições analíticas de várias áreas de conhecimento: economia – incluindo o recém fundado campo da economia da cultura – filosofia, sociologia, as teorias da comunicação, a ciência política e o urbanismo.

Dentre as principais contribuições desses campos de conhecimento e pesquisa ressalta-se a crença na geração de uma “nova economia”. Tal crença foi influenciada pela literatura econômica norte-americana, que considera os recursos simbólicos, tecnológicos e de comunicação o cerne da construção de uma nova dinâmica econômica, na qual a criatividade e o consumo são considerados itens chave. Essa nova dinâmica estimula as trocas materiais e simbólicas, ampliando o acesso a bens e serviços e estimulando a terceirização dos processos (RIFKIN, 2001). Para Rifkin, ocorre a transição de uma perspectiva de produção centrada na propriedade e na realização de vendas em espaços delimitados para uma economia volátil e desmaterializada, na qual a ideia de marketing e de fidelização dos clientes é central. A troca de bens entre vendedores e compradores cede lugar às redes, e a propriedade é substituída pelo acesso. Na visão do autor, o acesso passa a ser a dimensão fundamental da economia, com ênfase na venda de serviços especializados e no incentivo a experiências de todos os tipos. Os bens culturais tornam-se produtos que simbolizam essa nova dinâmica em virtude de seu potencial de serem fruídos e compartilhados – e não necessariamente apropriados – pelos consumidores. Na nova “economia cultural”, a dinâmica econômica e social está pautada em um “mundo de símbolos, webs e laços de feedback, conectividade, e interatividade [...]” que transformam em commodities as mais simples experiências dos indivíduos (RIFKIN, 2001, p. 111). Nas palavras do autor:

[...] a posse do capital físico torna-se marginal ao processo econômico [...] enquanto o capital intelectual [transforma-se na] força propulsora da nova era, e muito cobiçada [...]. Conceitos, idéias e imagens são os verdadeiros itens de valor na nova economia. A riqueza não é mais investida no capital físico, mas na imaginação e na criatividade (RIFKIN, 2001, p.4).

Na nova economia, a cultura ocuparia um papel central como o segmento que reúne a diversidade de valores simbólicos de uma localidade e de seu potencial criativo de forma a produzir bens com capacidade de inserção no mercado ou com potencial de agregar valor a outros produtos, segmentos econômicos e territórios. A criatividade e sua tradução em inovação gerariam não apenas valor econômico, mas social, estético, cognitivo e político. Poderiam ser apropriadas não apenas por unidades econômicas, mas também por comunidades sociais e representariam, teoricamente, fator de ampliação do sentimento de pertencimento e de cidadania (RAUSELL *et al.*, 2012, p. 30).

O conceito de criatividade remete ao espaço de conexão entre cultura e economia. De acordo com essa abordagem, a transformação dos recursos culturais em experiências, entretenimento e serviços intensivos em conhecimento ou valor simbólico engendra uma nova dinâmica econômica e social. O impacto desse setor, segundo Rausell *et al.*, vai além do simples fato de ser considerado atividade econômica. Ele é capaz de ativar, dinamizar, modificar e transformar as bases da competitividade socioeconômica de um determinado território e de sua inserção em um mundo global (RAUSELL *et al.*, 2012, p. 12).

Pelo menos três debates podem ser apontados na construção dos discursos oficiais sobre economia criativa. O primeiro diz respeito a uma discussão conceitual sobre os termos indústria cultural e indústria criativa e suas consequências para a definição de diretrizes e políticas para o setor. Esses

dois termos, que estão no cerne da retórica da economia criativa, são frequentemente utilizados de forma intercambiável, embora tenham se originado em momentos históricos e políticos diferentes.

O termo indústria cultural relaciona-se ao primeiro período de industrialização dos bens culturais no início do século XX e está associado às contribuições da Escola de Frankfurt que, nos anos 1940¹⁶, fez uma leitura crítica desse tipo de produção cultural, abordando-a como promotora da “dominação de classe” e de um “estilo de vida capitalista”. De acordo com os teóricos dessa Escola, a transformação da arte em mercadoria para consumo de massa é operada pelos interesses do capital em todas as etapas do processo de produção da cultura industrializada. A denominação indústria cultural evocaria a idéia de que a “cultura deixava de ser uma decorrência espontânea da condição humana para se tornar um campo de exploração econômica [...] voltado apenas para os objetivos de produzir lucros e de garantir a adesão ao sistema capitalista por parte do público” (DUARTE, 2003, p. 9). Essa leitura engendrou um forte movimento de resistência e marginalização da indústria cultural como um fenômeno de corrupção das estruturas culturais existentes (COELHO, 1999). Reside nessa abordagem a origem da tradição idealista da política cultural que rejeita a indústria cultural como simples produtora de mercadorias, que corrobora um processo de massificação e mercantilização da cultura.

16 O termo indústria cultural foi empregado por Adorno e Horkheimer na obra *Dialética do Esclarecimento*, publicada em 1944 (DUARTE, 2003).

A partir da década de 1970, observam-se alterações em tais formulações decorrentes de mudanças conceituais advindas tanto de um conhecimento empírico maior das dinâmicas de produção e distribuição da produção cultural e do dimensionamento de seu potencial econômico como de um interesse maior em políticas que permitam o crescimento desses setores sem abrir mão de uma agenda social-democrata de democratização do acesso e participação na esfera cultural (FLEW; CUNNINGHAM, 2010; GARNHAM, 2005).

A Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco) teve uma participação importante na mudança de visão sobre a indústria cultural ao estimular, em sintonia com seu objetivo de garantir a paz e a segurança, a ampliação do acesso aos bens culturais. Para este organismo internacional, a indústria cultural caracteriza-se por combinar a criação, a produção e a comercialização de conteúdos intangíveis e de natureza cultural, geralmente protegidos por direitos autorais. Sua característica comum é a produção industrial de expressões culturais que geram valor e riquezas para indivíduos e sociedades. Elas incluem as indústrias do audiovisual, editorial, musical, multimídia, do design e da arquitetura, da publicidade, da fabricação de instrumentos musicais e do turismo cultural. Um aspecto importante da indústria cultural, segundo a Unesco, é o seu papel “central na promoção e manutenção da diversidade cultural e na garantia democrática do acesso à cultura” (UNCTAD, 2008, p. 11).

Por sua vez, o termo indústria criativa abrange um espectro amplo de segmentos industriais que não aqueles diretamente ligados à cultura, abarcando uma gama diversificada de atividades que tenham ativos intelectuais e criativos como importantes recursos de produção, e se caracterizam por alto potencial de geração de riqueza. O *Department for Culture, Media and Sport* (DCMS), do Reino Unido, considerado como órgão referencial para a criação desse conceito, definiu indústria

criativa como o conjunto de “indústrias que têm sua origem na criatividade, habilidade e no talento individuais e que apresentam um potencial para a criação de riqueza e empregos por meio da geração e exploração de propriedade intelectual” (DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT, 1998).

De acordo com essa definição, os direitos de propriedade intelectual foram considerados o principal critério para a seleção das indústrias criativas, especialmente pelo valor que agregam a outros setores da economia, tradicionais ou novos. A utilização de forma acrítica do conceito de indústria criativa por outros países da Europa, Ásia, África, América do Norte e América Latina, inclusive com a importação dos segmentos que o deveriam compor, independente das especificidades da produção local, aumentou a polêmica em relação ao conceito e a sua adequação como política cultural e econômica. Esse foco parece adequado para os países desenvolvidos, mas inadequado para os países em desenvolvimento, em função da precariedade de condições estruturais (capacidade tecnológica, acesso a informação e qualificação da mão de obra) e da desatualização do seu marco regulatório de propriedade intelectual em face das novas tecnologias digitais. Tais países caracterizam-se ainda por um grande número de expressões culturais não geradoras de direitos autorais, o que exigiria políticas específicas e mais abrangentes (FONSECA REIS, 2008; ISAR, Y. R., 2008; BOTELHO, 2011).

Essa questão engendrou a segunda polêmica que tem animado o debate em torno da economia criativa, qual seja, a da delimitação das atividades e dos setores industriais que podem ser classificados como setores criativos. A primeira lista de setores definida pelo DCMS reuniu segmentos altamente capitalizados e industrializados em seus modos de produção e de distribuição (audiovisual, fonográfica e editorial), e aqueles intensivos em trabalho (artes e ofícios, designer

de moda, música, artes visuais e cênicas), bem como setores altamente comerciais (arquitetura, publicidade) e os setores de artes impulsionados em grande parte por subsídio público (patrimônio, museus, arquivos). Segundo analistas como Terry Flew e Stuart Cunningham (2010), não ficavam claros os critérios de seleção desses setores e as características comuns que definiam tais atividades como indústrias criativas.

As abordagens críticas argumentam que a noção de indústrias criativas é, em si, problemática e privilegia certos tipos de atividades em detrimento de outras. O que parece evidente para esses autores é a valoração do segmento industrial, delineando-o como produção cultural *tout court*, que desconsidera as especificidades de cada setor cultural e a importância de analisar suas identidades, necessidades específicas e respostas às intervenções políticas (OAKLEY, 2004; HARTLEY, 2004; MILLER, 2004). A generalização do conceito de indústrias criativas, como já mencionado, leva à ideia de que esses setores podem ser replicados e desenvolvidos em qualquer região ou país, sem se levar em conta as especificidades locais. O modelo de economia criativa seguido em vários países envolve universidades e laboratórios de pesquisa, incubadoras de projetos culturais e um "hub criativo"¹⁷, com a presença ou não de cafés, galerias e lojas de luxo. Ou seja, de acordo com Oakley (2004), todas as regiões estariam buscando a mesma estratégia de desenvolvimento econômico,

17 O "hub criativo" foi o termo utilizado pelo DCMS, em documento de 2007, para denominar o modelo de economia criativa em vigor no Reino Unido. Tal modelo está representado por círculos concêntricos nos quais as indústrias inseririam-se. Ele tem como núcleo central a criatividade humana, potencialmente geradora de direitos autorais, seguida nos círculos adjacentes pelas indústrias culturais, pelas indústrias criativas e, finalmente, pelo restante da economia impactada pelas atividades desenvolvidas nos círculos anteriores (FONSECA REIS, 2012).

apesar dos limites identificados em termos de estoque de capital humano e sua qualificação para os negócios empreendidos.

A polêmica em torno desse tema foi alimentada por pesquisas realizadas por Cunningham, que avaliou 1200 documentos de políticas para indústrias criativas desenvolvidas fora do Reino Unido entre 1998 e 2006. A análise dos documentos indicou um alto grau de variância política, e atenção aos fatores contextuais locais, ao invés de uma imposição irrefletida de ortodoxias neoliberais abrangentes sobre a relação adequada entre a cultura e a economia (FLEW; CUNNINGHAM; 2010).

As pesquisas apontaram quatro principais variantes quanto à formulação de políticas para a economia criativa: modelo europeu, modelo norte americano, modelo asiático e modelo dos países em desenvolvimento da América do Sul, África do Sul e Caribe. O primeiro enfatiza a missão cultural dessas indústrias e as estratégias de inclusão social para o benefício cultural comum. O termo indústria cultural é preferido em relação a indústria criativa. O modelo asiático enfatiza o papel das circunstâncias políticas, sociais e culturais nacionais e identifica as oportunidades para aumento das exportações e da marca altamente competitiva da “cidade-região” global. Ele aponta para o desafio em relação à educação ortodoxa e instrumentalista e em relação ao domínio dos setores de ciência e tecnologia na construção do crescimento econômico. Na abordagem norte-americana, há uma nítida separação entre políticas para as artes e a cultura, de um lado, e para as indústrias de entretenimento e copyright, de outro. A maior parte das iniciativas políticas são altamente localizadas e subnacionais, como visto com a ascensão do movimento “criativo cidades” (WYSZOMIRSKI, 2008). Nos países em desenvolvimento da América do Sul, África do Sul e do Caribe, as questões centrais de manutenção do patrimônio cultural, redução da pobreza e criação

de infraestrutura básica têm se confrontado com concepções excessivamente tecnocráticas da indústria criativa formuladas de forma acrítica como uma decorrência inevitável da sociedade da informação (UNCTAD, 2008; FLEW; CUNNINGHAM, 2010).

Os anos 2000 foram marcados pela busca de um consenso entre os formuladores de políticas sobre as definições de trabalho criativo e as indústrias e os setores que devem ou não ser incluídos. Também aqui, organismos das Nações Unidas, como a Unesco e a Unctad, desempenharam papel importante, realizando estudos que balizaram os conceitos, levantaram a disponibilidade de dados e a metodologia de dimensionamento utilizada. O estudo realizado pela Unesco (2009) comparou as estatísticas culturais de 14 países membros, identificando a existência de um consenso em torno de inclusão dos seguintes setores culturais: editoração e literatura; artes cênicas, música, cinema, vídeo e fotografia; televisão e rádio; artes visuais e artesanato; publicidade, design (incluindo moda), museus, galerias e bibliotecas e, por último, mídia interativa (web, jogos, celulares). Persistiram debates sobre a inserção de alguns setores como arquitetura, produtos de software, produção e recepção de hardware (instrumentos musicais, produtos eletrônicos), festivais, patrimônios culturais intangíveis e as atividades de lazer, incluindo os esportes. Contudo, no que tange à produção de estatísticas, permaneceu a orientação da Unesco quanto à flexibilidade da inclusão dos setores de acordo com as peculiaridades de cada país, o que acabou gerando dificuldades para a elaboração de estatísticas consistentes e comparáveis entre os países.

A Unctad investiu na delimitação de um conceito de economia criativa identificando os segmentos que a compõem a partir dos seguintes aspectos: a) conjunto de atividades baseadas no conhecimento com foco, mas não restrito às artes, geradoras de direitos de propriedade intelectual e com potencial de gerar receita de comércio; b) conjunto de atividades caracterizadas por ciclos de

criação, produção e distribuição dos bens e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos primários; c) produtos tangíveis e intangíveis, serviços intelectuais e artísticos, com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado; d) capacidade de criar um novo setor dinâmico de comércio internacional (UNCTAD, 2008; 2010). Esse organismo tomou ainda para si a responsabilidade pelo levantamento dos dados e desenvolveu taxonomia setorial das indústrias criativas, subdividindo-as em quatro categorias: artes, mídia, patrimônio e criações funcionais (arquitetura, propaganda, pesquisa e desenvolvimento e esportes). Essa classificação, portanto, reúne o cultural, o criativo e o tecnológico e é considerada pelos estudiosos na matéria uma das mais abrangentes (RAUSELL et al., 2012).

A partir desses conceitos, a Unctad publicou em 2008 o primeiro relatório mundial sobre economia criativa, atualizado em 2010. Apesar das incompatibilidades conceituais e metodológicas entre os vários países e da carência de dados, particularmente nos países em desenvolvimento, o estudo chegou a dados sobre o comércio internacional dos bens culturais e criativos, identificando a participação dos diferentes blocos de países – desenvolvidos, em desenvolvimento e em transição (UNCTAD, 2008; 2010). Esse trabalho tem sido utilizado como referência para estudos e políticas em vários países, incluindo o Brasil (FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO, 2008; FUNDAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO ADMINISTRATIVO, 2011).

O quadro 1 apresenta uma síntese das contribuições conceituais e metodológicas dos três organismos citados e identifica os setores incluídos em suas abordagens da economia criativa.

Quadro 1: Síntese dos conceitos e metodologias aplicáveis à economia criativa por agências governamentais e organismos internacionais

Órgãos	Conceito	Setores criativos	Metodologia
DCMS (Department of Culture, Media and Sport) (Reino Unido, 1997)	Atividades que têm origem na criatividade e no talento individual com potencial para gerar riqueza e emprego, por meio da exploração da propriedade intelectual. Os setores criativos são aqueles que têm como núcleo as atividades protegidas por direitos autorais em função de seu caráter essencialmente intelectual.	Propaganda; arquitetura; mercado de artes e antiguidades; artes performáticas; artesanato; design; design de moda; filme e vídeo; música; publicação; software e games; televisão e rádio; artes cênicas.	Os estudos têm foco nos direitos de propriedade intelectual e autoral gerados pelos bens e atividades culturais e criativas.
Unesco (Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura, 2009)	Abrange atividades, industriais e não industriais, que estejam relacionadas à criação, produção e comercialização de produtos de natureza intangível e cultural. As atividades são classificadas como "domínios culturais nucleares" (bens, serviços e atividades) "domínios relacionados" (atividades sociais e recreativas) e "domínios transversais" (educação e capacitação; arquivística e preservação; equipamentos)	Artes performáticas e música; artes visuais e artesanato; audiovisual e mídia interativa; livros e outros serviços gráficos; design e serviços criativos (arquitetura e publicidade); preservação do patrimônio cultural e natural; turismo, esporte e lazer; ensino ligado à cultura.	Os estudos têm foco no setor cultural e levam em consideração o ciclo cultural do bem: criação, produção/manifestação cultural; distribuição; exibição/recepção e consumo/participação. As estatísticas são apresentadas setorialmente.
Unctad (Conferência das Nações Unidas para o Comércio e Desenvolvimento, 2008; 2010)	As atividades criativas estão no cruzamento das artes, da cultura, dos negócios e da tecnologia. Compreendem as atividades de criação, produção e distribuição.	Expressões culturais tradicionais; equipamentos culturais; artes visuais; espetáculos ao vivo; design; novas mídias; audiovisual; publicações; propaganda e marketing. Os setores estão subdivididos em quatro categorias: patrimônio cultural, artes, mídias e criações funcionais.	A mensuração focaliza a criatividade, verificando suas interações com a tecnologia, e tem o objetivo de subsidiar a elaboração de políticas que fomentem a produção e estimulem a economia. As estatísticas estão focadas no comércio internacional e sua importância para o desenvolvimento.

Elaboração: Centro de Estudos de Políticas Públicas - Fundação João Pinheiro

No Brasil, são ainda escassos os estudos já publicados que tiveram por objetivo dimensionar a economia criativa. Cabe mencionar *Economia Criativa na Cidade de São Paulo: Diagnóstico e Potencialidade*, realizado em 2011 pela Fundação do Desenvolvimento Administrativo (Fundap). O estudo se orienta por critérios metodológicos próprios quanto à definição de setores, atividades e ocupações criativas que resultam das classificações nacionais e internacionais. Em função do caráter agregado das estatísticas oficiais disponíveis, que dificultam a identificação das atividades criativas e não criativas próprias a alguns setores, o estudo optou por privilegiar as atividades diretamente relacionadas à criatividade e à cultura e não inclui aquelas relacionadas à fabricação e comercialização de bens criativos.

O segundo estudo, *A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil*, foi realizado pela Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (Firjan) em 2008. Ele apoia-se na classificação da Unctad, mas amplia o conjunto de atividades e ocupações contempladas, considerando os serviços que têm a atividade criativa como núcleo do processo produtivo, os segmentos de fornecimento de bens e serviços a essas atividades nucleares e as atividades de apoio, como a comercialização e a distribuição. Em função dessas diferenças metodológicas, os estudos citados chegam a resultados muito distintos. As estatísticas levantadas segundo a metodologia da Firjan assinalam que o emprego nos setores criativos ocupa 16,1% do total de trabalhadores formais do país. No levantamento da Fundap, a participação dessas ocupações no total do emprego formal é de apenas de 1,83%. Esse mesmo percentual, segundo metodologia da Unctad, é de 0,95%. A incompatibilidade desses dados aponta para a necessidade de harmonização das metodologias e da produção das estatísticas no país.

A terceira e uma das principais polêmicas que movimenta o debate no campo da economia criativa concerne ao potencial dos setores criativos para impulsionar o desenvolvimento econômico, social

e humano. A retórica assinalada pela literatura especializada e pelos organismos internacionais e multilaterais afirma que um novo paradigma de desenvolvimento está surgindo das relações entre economia e cultura, que abrange aspectos econômicos, sociais, tecnológicos e de desenvolvimento a nível micro e macroeconômico (UNCTAD, 2010). De acordo com essa abordagem, as indústrias culturais e criativas contribuem para reforçar as economias que atravessam dificuldades econômicas e estimulam o surgimento de novos empreendimentos e de novos empregos, de forma a aumentar sua atratividade num cenário global (Comissão Europeia, 2010, OCDE, 2005). A própria inovação tem um papel decisivo na Estratégia Europeia 2020, que recomenda um crescimento orientado por três pilares: sustentabilidade ambiental, luta contra a exclusão social e economia do conhecimento (RAUSELL *et al.*, 2011, p. 17). Embora essa argumentação tenha como foco o mundo europeu, ela não se restringe a esse espaço, tendo sido detectadas repercussões em vários territórios (FONSECA REIS, 2008; UNCTAD, 2008; 2010).

De acordo com os documentos citados, o conceito de desenvolvimento sobre o qual está centrada a proposta de fomento à economia criativa difere daquele restrito ao crescimento econômico que predominou na posição oficial dos governos e das agências de desenvolvimento a partir dos anos de 1950. Nessa abordagem, o desenvolvimento era considerado sob uma perspectiva estritamente econômica e medido por indicadores quantitativos, em especial o crescimento do produto interno bruto (PIB). Em alguns documentos de organismos internacionais dessa época, os fatores culturais eram vistos como obstáculos ao desenvolvimento e muitas vezes responsabilizados pelo atraso material de muitos países.

A constatação de que o desenvolvimento nem sempre beneficiava a todos e que poderia gerar desigualdades entre segmentos sociais, países ou regiões estimulou mudanças conceituais na

abordagem da questão. A isso se somou uma progressiva conscientização quanto à crise ambiental global, a partir dos anos 1960, que culminou na Conferência de Estocolmo de 1972, cujo documento final, *Only One Earth*, ressaltou as externalidades produzidas pelo excessivo crescimento nos países desenvolvidos (tecnologia agressiva e consumo excessivo), de um lado, e por sua incipiência nos países pobres e em desenvolvimento (elevado crescimento demográfico e baixo PIB per capita), de outro. A partir de então, a dimensão social passa a compor a problematização do tema desenvolvimento (NASCIMENTO, 2012).

Na década de 1980, tornou-se frequente o uso do termo desenvolvimento sustentável para qualificar o desenvolvimento com respeito às necessidades das gerações atuais e futuras. O *Relatório de Brundtland*, de 1987, abriu grande debate acadêmico sobre o significado de desenvolvimento sustentável, criando-se um “campo de disputa”, com discursos que se opõem e se complementam. Há uma ênfase na equidade social e na qualidade de vida como valores que deverão orientar as políticas de desenvolvimento (NASCIMENTO, 2012). Outros argumentos ressaltam que o desenvolvimento resulta de um processo de construção social, no qual a cultura desempenha papel central. Um avanço qualitativo importante observou-se no documento *Nossa Diversidade Criadora: Relatório da Comissão para a Cultura e o Desenvolvimento* (CUELLAR, 1997), que reconhece na cultura não apenas um componente estratégico do desenvolvimento, mas sua finalidade. Estudos e construções discursivas da década de 2000 assinalam o papel estratégico da cultura, que representaria o quarto pilar de desenvolvimento sustentável, paralelamente à dimensão econômica, social e ambiental (HAWKES, 2001), e sua importância na gestão das localidades (UCLG, Agenda 21 da Cultura).

As contribuições de Amartya Sen em *Desenvolvimento como Liberdade* (2000) apresentam ainda outra nuance, ao definir desenvolvimento como o que é capaz de ampliar os graus de liberdade dos indivíduos e sua autonomia mediante o reforço de suas capacidades. Para o autor, o desenvolvimento só terá sentido se implicar em condições favoráveis à expansão das liberdades individuais a partir da revogação das principais fontes de privação da liberdade: pobreza, tirania, negligência dos serviços públicos e interferência excessiva dos Estados repressivos. De acordo com seu argumento, a liberdade não é apenas o objetivo primordial do desenvolvimento, mas também seu principal meio.

O autor ressalta ainda a responsabilidade do indivíduo na garantia do seu bem-estar e das pessoas que o cercam, colocando-o como um dos principais responsáveis pelas decisões quanto às estratégias de desenvolvimento dos lugares em que vive. Nesse aspecto reside uma das principais forças do argumento de Sen em *Desenvolvimento como Liberdade*, ou seja, o estímulo à democracia efetiva e à participação política como condições indispensáveis para se alcançar o desenvolvimento.

Embora os discursos políticos em torno da economia criativa não sejam necessariamente convergentes entre os vários países, eles tenderam a se estabilizar em torno do papel das indústrias criativas no fomento à geração de emprego e renda e como *loci* de inovação, crescimento e desenvolvimento econômico. A atividade criativa converter-se-ia em elemento relevante para definir o potencial competitivo das organizações, empresas e dos territórios e seria uma estratégia de diferenciação indispensável numa economia globalizada. O mercado ocupa um lugar central nessa abordagem, como um contexto vital para estimular a competitividade e o desenvolvimento econômico e social. A “novidade conceitual [acreditam] é de que a criatividade cultural afeta também os processos de

inovação que, como mecanismos de acumulação de capital humano, social e relacional constituiriam em si mesmos processos de desenvolvimento” (RAUSELL *et al.*, 2012, p. 19).

As principais características da economia criativa com base nos conceitos e nas reflexões explicitados pelos diferentes autores, organismos internacionais e agências governamentais podem ser sintetizadas nos seguintes aspectos: a) capacidade de gerar bens e produtos diferenciados relacionados aos valores criativos locais; b) potencial de gerar direitos de propriedade intelectual (*copyright*) e direitos autorais, vistos como moedas de troca da economia criativa e indicador de seu desenvolvimento; c) capacidade de gerar emprego e riqueza contribuindo para o crescimento econômico; d) fomento ao empreendedorismo e modelo de pequenos negócios com base na criatividade e inovação; e) capacidade de engendrar a formação de *clusters*, originando dinâmicas econômicas diferenciadas como as cidades criativas ou distritos criativos.

As críticas a essa estratégia de desenvolvimento referem-se ao seu potencial de inclusão social e à inexistência de consenso sobre o tamanho, alcance e significado desses setores em economias avançadas e em desenvolvimento.

As pesquisas empíricas evidenciaram – no caso do Reino Unido – que esses setores têm causado impactos, de fato, na geração de emprego, e privilegiado profissionais com alto grau de escolaridade, se comparados com outras atividades econômicas. De outro lado, as pesquisas ressaltam também o elevado grau de concentração espacial das indústrias criativas, como o indicado por pesquisa realizada na cidade de Londres, onde 71% dos postos de trabalho se restringem a um terço dos bairros (OAKLEY, 2004). Nesse sentido, o ganho na geração de empregos qualificados é contrabalançado por uma tendência de polarização social e ampliação das desigualdades. Essa

característica é agravada pela falta de reconhecimento político do problema e pela inexistência de estratégias políticas específicas que façam frente à extensa gama de estilos de vida e de lazer que se observam nos espaços criativos urbanos. Nesse sentido, apesar da retórica geral em torno do desenvolvimento econômico, é necessário implementar uma estratégia diferenciada de base local de forma a refletir as eventuais diferenças definidas pelas especificidades territoriais.

Cabe ressaltar que inúmeros estudos ressaltam o caráter temporário e precário das ocupações e dos empregos nesses setores em confronto com a retórica que enfatiza a autonomia e a capacidade criativa e inovadora dos trabalhadores e de sua dinâmica no que se refere à formação de redes e compartilhamento de projetos. Predominam trabalhadores independentes, e as perspectivas de trabalho são incertas e, frequentemente, curtas, observando-se a precariedade dos vínculos trabalhistas e dos benefícios sociais. Os estudos ressaltam ainda que as receitas tendem a ser escassas e desigualmente distribuídas. Observa-se a discriminação de segmentos da sociedade tradicionalmente marginalizados, como as mulheres, as minorias étnicas e os moradores de periferias urbanas. Essas características acabam gerando uma dinâmica de exclusão e “auto-exploração” nos setores criativos e culturais que interfere na qualidade de vida desses trabalhadores e comprometem o desenvolvimento social (OAKLEY, 2004; RAUSELL *et al.*, 2012).

Muitos autores críticos veem nas afirmações teórico-políticas das indústrias criativas um prenúncio da ideologia neoliberal na esfera da cultura (HARVEY, 2005; OAKLEY, 2004; MILLER, 2004; GARNHAM, 2005). Os argumentos nessa perspectiva chamam a atenção para o fato de que as indústrias criativas endossam a mercantilização da cultura restringindo o espaço e o apoio a bens culturais avessos à lógica de mercado. No centro da discordância desses teóricos está a afirmação de que tal mercantilização promove a hegemonia do capital dos grandes conglomerados de comercialização e distribuição sobre a esfera da cultura.

A alegação de cumplicidade da economia criativa com a ideologia neoliberal, de acordo com Flew e Cunningham (2010), está centrada em três fatores. O primeiro diz respeito às administrações do New Labour, que governou a Grã-Bretanha sob Blair e Gordon Brown. Como o governo de Blair esteve desde o início na liderança do pensamento sobre as indústrias criativas, e na vanguarda de uma “*Cool Britannia*” pós-industrial, as indústrias criativas tendem a ser vistas como protótipos de governo de terceira via neoliberal. O segundo fator ressalta o foco em mercados, no empreendedorismo e na propriedade intelectual e não considera, adequadamente, as formas pelas quais os mercados capitalistas produzem desigualdades de acesso ou moldam formatos e atividades culturais que podem ser consideradas em desacordo com as noções mais amplas de bem público. Finalmente, o terceiro fator assinala o papel das novas indústrias, dos mercados emergentes e de empresas de pequeno e médio porte. Esse aspecto gera uma tensão na política cultural tradicional. De um lado, com os neoliberais, que têm foco na economia, na intensificação da concorrência e na ampliação das oportunidades representadas pela inovação tecnológica e pela redução da intervenção do setor público. De outro, com a esquerda, cuja política está centrada na dimensão social da propriedade pública, regulação e subsídio público para as artes.

A crítica da economia criativa, de acordo com a perspectiva citada, constitui recurso importante para revelar os conflitos pertinentes aos diversos segmentos culturais e criativos e entre os vários atores (produtores de arte, os grandes conglomerados de produção e distribuição, usuários e consumidores de bens e serviços culturais e as estruturas de poder envolvidas). Contudo, ela não logra avaliar sua dinâmica organizacional centrada na criatividade, inovação e conectividade e suas consequências para o crescimento econômico e o desenvolvimento das sociedades. Na seção que se segue trataremos desse ponto.

2. AS ORGANIZAÇÕES CULTURAIS E CRIATIVAS E SEUS PRINCIPAIS ELEMENTOS DE INOVAÇÃO SOCIAL

Estudos referenciais sobre a economia criativa defendem o investimento nos setores culturais e criativos em virtude de seu papel crescente e central nos processos de inovação e desenvolvimento (UNCTAD, 2010; OCDE, 2005; OEI, 2006). A globalização, o advento da economia da informação e do conhecimento, a revolução digital e os processos de desindustrialização e terceirização da economia, por exemplo, estão na base da explicação sobre a crescente centralidade da cultura e de setores ligados à criatividade no desenvolvimento. Nessa perspectiva, o somatório dos resultados de todos esses processos de mudança é que estaria conferindo às dimensões simbólicas e imateriais um papel fundamental na diferenciação dos produtos e no aumento da competitividade dos territórios, representando, dessa forma, fator crucial nos processos de inovação e desenvolvimento contemporâneos.

Reforçando esses argumentos, Rausell *et al.* (2012), em *La Cultura como Factor de Innovación Económica y Social*, procura demonstrar, por meio de um modelo teórico-conceitual, as relações entre a cultura, os setores criativos, e os processos de inovação econômica e social e o desenvolvimento. Esse estudo foi realizado no âmbito do programa Sostenuto¹⁸. Um de seus objetivos é “apontar caminhos para estimular a capacidade de inovação do setor cultural de forma

18 Sostenuto é um projeto europeu que investiga as relações entre cultura e processos de inovação social e econômica. Realizado desde 2009, no âmbito do “INTERREG IV B Med Project Sostenuto”, conta com o apoio do Fundo Europeu de Desenvolvimento Regional (Feder) e do “Instrument for Pre-Accession Assistance” (IPA). A iniciativa baseia-se na cooperação entre sete diferentes organizações da França, Itália, de Montenegro, da Eslovênia e Espanha e é uma iniciativa da AMI (líder do projeto), Bunker, Citema, Expeditio e Zunino e Partner Progetti.

a gerar novos modelos sociais e econômicos e promover a competitividade e sustentabilidade da zona mediterrânea europeia.”¹⁹

O modelo de Rausell procura demonstrar como as atividades culturais, artísticas e dos setores criativos influenciam diversos fatores de transformação social, econômica e política de uma região e como a lógica e a dinâmica econômica dessa região se transformam, de forma profunda e complexa, em virtude da concentração dessas atividades culturais (RAUSELL *et al.*, 2012).

Segundo os autores do estudo, a criatividade, como parte da ação cultural, é um dos fatores que criaria um ambiente propício à inovação, “entendida como uma exploração positiva de novas ideias e expressões e também como um processo de desenvolvimento de novos produtos, novos serviços, novos processos e novas organizações em resposta às necessidades sociais” (RAUSELL *et al.*, 2012, p. 20). Assim, o campo cultural e criativo, devido às características intrínsecas de seus bens, serviços e suas organizações, é exportador de um conjunto de valores com conteúdos inovadores para os demais campos socioeconômicos e afeta os processos de desenvolvimento das regiões onde essas atividades se concentram. A partir de uma análise sistemática do processo de produção de inovações na atualidade, o estudo descreve as principais características microeconômicas da “função de produção” das Organizações Culturais e Criativas (OCCs) – *inputs*, processos e *outputs* –

19 Informações adicionais sobre os resultados do projeto podem ser obtidas no site <http://sostenutoblog.wordpress.com>

buscando demonstrar a correlação e os impactos da ação e das especificidades dessas organizações com os processos de inovação micro e macroeconômicos.²⁰

Os autores chamam atenção para o fato de que cerca de 80% das organizações culturais e criativas do setor privado constituem-se de micro ou pequenas empresas. Aproximadamente 60% delas são microempresas com um a três empregados, e cerca de 20%, pequenas empresas com até dez empregados. Enquanto as grandes empresas, com mais de 50 empregados (aproximadamente 1% do total), apropriam-se de mais de 40% do volume total dos negócios, as micro e pequenas (a quase totalidade dos empreendimentos do setor) ficam com cerca de 20% deles (RAUSELL et al., 2012, p. 47).

“Protótipos únicos”, “bens de demanda imprevisível”, segundo terminologia de Tolilla (2007), os bens culturais e criativos conformam um mercado complexo e impregnado de incertezas e exigem de seus criadores e das empresas e/ou organizações que nele atuam formas de atuação que reflitam as características intrínsecas a eles – criatividade e inovação permanente em produtos, especificidades dos projetos, ativos intangíveis e rendimentos incertos. Essas características definem o alto risco do empreendimento cultural e limitam as possibilidades de financiamento por parte do setor privado. Muitas OCCs se autofinanciam ou precisam lidar com um “panorama complexo”

20 O modelo teórico apresentado foi desenvolvido a partir da compilação de dados disponíveis sobre o setor do Consejo de Estrategia Tecnológica do Reino Unido (2009), o relatório *The Entrepreneurial Dimension of Cultural and Creative Industries* (HKU, 2010), o “Eurostat” (2011) e de uma amostra de mais de 150 organizações culturais europeias, distribuídas por tipo de organização: setores privados e não governamentais (70%), públicas (20%) e consórcios público-privados (10%) (RAUSELL et al., 2012 p. 47).

de financiamento por parte do setor público, que varia segundo as esferas da administração e está sujeito às descontinuidades das políticas culturais. As características e necessidades das OCCs tornam premente a criação de mecanismos específicos e apropriados para o financiamento de suas atividades, de forma a propiciar e estimular o desenvolvimento do setor cultural e criativo.

O estudo chama a atenção para o papel dos recursos simbólicos na função de produção das OCCs. Eles são apontados como um dos principais traços diferenciais das organizações culturais e criativas e têm como principais componentes o valor do conhecimento, a experiência, a criatividade e a digitalização. Agregam valor imaterial ao produto e são elementos fundamentais nas estratégias de diferenciação empresarial. Valores como a unicidade, a autenticidade, a originalidade, a identidade, a memória, o patrimônio material e imaterial e os valores estéticos estão entre os recursos simbólicos trabalhados pelas OCCs (RAUSELL *et al.*, 2012). Tais recursos, essenciais na definição da função de produção, têm como principais características, de acordo com Rausell:

- a) expressam conteúdos estéticos, simbólicos, sociais e informacionais;
- b) revelam crescente interação entre valor imaterial e material das mercadorias e entre objeto e significado;
- c) agregam valor imaterial ao produto, aumentando seu valor final;
- d) apresentam uma sincronicidade com a demanda de consumidores que procuram novidades, significados, experiências emocionais, mensagens etc.;
- e) possuem elementos de diferenciação como estilo, prestígio, status e reputação, que afetam a demanda;

f) interatuam com os comportamentos éticos das organizações culturais e criativas e, por extensão, em suas relações com os clientes (RAUSELL *et al.*, 2012).

No que se refere aos recursos humanos, o estudo destaca o fato de os trabalhadores das OCCs possuírem elevado nível de formação (acima da média da economia), grande autonomia, capacidade de liderança, multidisciplinaridade, mobilidade, capacidade de trabalho em equipe, formas de pensamento divergente, capacidade crítica e imaginação. Quanto aos contratos de trabalho, predominam os trabalhadores autônomos, temporários e a tempo parcial. Muitos têm mais de um emprego. “Há um excesso de mão de obra nas indústrias criativas, e muitos empregados trabalham sem cobrar ou recebendo salários de subsistência” (HESMONDHALG, 2009 apud RAUSELL *et al.*, 2012, p. 60). Os empreendedores do setor “assumem riscos em momentos de incerteza e estão atentos a novas oportunidades de obter ganhos ou de gerar novos conteúdos” (DRUCKER 1985, apud RAUSELL *et al.* 2012, p. 52).

O capital social e relacional é outra categoria de recursos que distingue as OCCs de outras empresas do setor privado. O estudo observa, nessas organizações, uma integração entre estilo de vida e trabalho. As relações pessoais e o capital social são mais um recurso de trabalho que se alia às formas organizativas caracterizadas pelo trabalho em rede (*networking*), por dinâmicas de co-dependência e estratégias de cooperação competitiva.

A própria natureza da produção artística favorece o desenvolvimento do capital social. As redes são uma das formas mais utilizadas para administrar a complexidade, pois viabilizam as trocas de experiências, ideias, boas práticas, informação, conhecimento etc. Como dispõem de um número reduzido de empregados, essas organizações desenvolveram uma cultura colaborativa

de criação em equipe, divisão de responsabilidades, compartilhamento e trabalho em múltiplos projetos. As características da produção cultural levam as OCCs a fazerem uso natural das redes, principalmente em decorrência da evolução das tecnologias digitais aplicadas à informação e à comunicação (RAUSELL *et al.*, 2012).

Tratando dos processos de produção – conjunto de objetivos e procedimentos que determinam e condicionam a transformação dos *inputs* em *outputs* – o estudo evidencia que, dada a pluralidade de atividades a que se dedicam, as OCCs apresentam motivações que variam segundo o setor em que atuam. De forma geral, orientam-se por duas motivações: a criação ou o crescimento. A primeira se caracteriza por priorizar o valor cultural da criação relativamente ao econômico. A segunda prioriza a exploração econômica frente ao valor cultural da produção.

No tocante às motivações no campo das artes e da criação, o estudo ressalta “a vontade de transformação social e um perfil crítico e transgressor”. A maioria dessas organizações procura “integrar liberdade artística como valor imaterial e liberdade empreendedora como valor material”. Predomina uma débil planificação econômica e financeira e uma dificuldade de combinar as tarefas administrativas com o processo criativo. A comunicação é considerada fator estratégico para a consecução dos objetivos das organizações e dos seus ideais e deverá ser orientada tanto para o nível interno (trabalhadores) quanto para o externo (a sociedade) (RAUSELL *et al.*, 2012, p. 70).

As novas tecnologias de informação e comunicação e a crescente digitalização de conteúdos têm provocado importantes mudanças nos modelos de negócios das OCCs. Analisando os efeitos das dinâmicas de digitalização sobre as empresas, relatórios de pesquisa como *Driving Innovation: Creative Industries Technology Strategy 2009-2012* (UK Technology Strategy Board, 2009) mostram que:

[...] o modelo de negócio linear está sendo substituído por um ambiente muito mais interconectado, onde a fertilização cruzada de estímulos e respostas, a oferta e a demanda guiadas por dados e a velocidade da comunicação permitem uma evolução mais rápida do desenvolvimento de produtos e do consumo (apud RAUSELL et al., 2012, p. 79).

Os canais de difusão dos produtos culturais se multiplicaram, se diversificaram e ampliaram as opções de acesso à cultura por parte do consumidor. Se, por um lado, o mercado e o acesso foram potencializados, a gestão de conteúdos no mercado digital se tornou mais complexa. Para os criadores tornou-se mais difícil encontrar formas de garantir o retorno econômico de suas obras.

O quadro 2 apresenta uma síntese dos principais *inputs* e processos da função de produção das OCCs e seus vínculos com a inovação social, segundo a análise realizada por Rausell et al.

(Continua)

Quadro 2: Os inputs e os processos das OCCs e seus vínculos com a inovação

Inputs	
Dimensão produtiva	Vínculos com a inovação
Recursos Humanos	Elevados níveis de formação, superiores à média da economia. Formas de pensamento divergente, capacidade crítica e imaginação. Conhecimentos técnicos e capacidade de integrar diversas disciplinas e linguagens. Capital relacional – maior capacidade para o trabalho em equipe. Estilo de vida integrado à atividade profissional. Elevada mobilidade geográfica e maior projeção internacional (redes). Autonomia, liderança, atitude para o empreendimento.
Recursos Simbólicos	A produção simbólica tem papel cada vez maior na competitividade e nas estratégias de diferenciação de produtos e empresas. Produção intensiva em conhecimento e uso de recursos simbólicos. Grande interação entre a dimensão estética da produção e as estratégias de marketing e valores éticos da empresa.
Recursos Relacionais	Geração, interação e aproveitamento de entornos sociais e espaços físicos propícios aos processos de criação.
Processos	
Dimensão produtiva	Vínculos com a inovação
Visão e Missão	Valores de responsabilidade social; princípios de igualdade, diversidade, solidariedade e sustentabilidade. Orientação sem ânimo de lucro como princípio: objetivo além do lucro; multiplicidade de objetivos. Critérios de excelência artística, melhora contínua por meio de pesquisa e experimentação. Função educativa e promoção do acesso à cultura.
Modelo de Organização	Independência, autonomia de trabalho, trabalho voluntário e por prazer, transparência. Indivíduo como foco e rede como suporte. Cooperação aberta em rede; estruturas não hierárquicas. Dinâmicas de “cluster”, redes territoriais, impactos de inovação social.

(Conclusão)

Processos

Dimensão produtiva	Vínculos com a inovação
Modelo de Gestão	Maioria das organizações - empresas de pequeno porte econômico. Elevados níveis de improvisação ou de planificação a curtíssimo prazo, devido ao cenário de elevada incerteza do consumo cultural. Aprendizagem contínua, a nível pessoal e por processos informais.
Comunicação	Gestão em rede de informação, hiperconectividade e uso das novas tecnologias de informação e comunicação. Comunicação como ferramenta de trabalho: produção de significados e expressão.
Tecnologias	Interação entre conteúdos criativos e promoção do uso de novas tecnologias. Uso de múltiplas formas e conteúdos livres, gestão deficiente dos direitos de propriedade intelectual.
Modelos de Negócio e Financiamento	Organizações com objetivos além da lucratividade. Formas inovadoras de financiamento: setores público/privado, usuários, autofinanciamento, etc. Novos processos de participação pública – governança.

Fonte: RAUSELL *et al.*, 2012, p. 84, 85.

O estudo explicita o caráter potencialmente transformador dos bens e serviços culturais e criativos. Esse perfil propicia uma visão de impactos inovadores nos territórios e pode provocar mudanças nos indivíduos e espaços sociais. O modelo procura evidenciar as possibilidades de inovação nos espaços onde se dão as práticas internas das empresas, na organização dos locais de trabalho, ou nas relações entre essas organizações e seu entorno. Define essa dinâmica como um processo de “inovação social”, de introdução de novas soluções para problemas de âmbito social.

Desenvolvido por Phills, Deiglemeir and Miller (2008), “o conceito de inovação social refere-se a processos que podem ocorrer em nível de produtos, processos produtivos e tecnologias e podem também ser um princípio, uma ideia, uma regulação, um movimento social, uma intervenção e/ou alguma destas combinações” (apud RAUSELL et al., 2012, p. 27). A inovação pode também ocorrer, segundo Miles and Green (2008), “nos espaços internos das empresas, no processo de produção, no produto, na comunicação e no enfoque do usuário” (apud RAUSELL et al., 2012, p. 86).

Por meio de análise minuciosa do desenvolvimento dos processos de inovação na atualidade, o estudo de Rausell et al. (2012) discrimina as principais formas de conexão das atividades culturais e criativas com as seguintes modalidades de inovação:

- a) de produto: criação de um bem ou serviço novo, visivelmente melhorado quanto a suas características ou ao uso ao qual se destina;
- b) de processo: uso de processos de produção/distribuição novos ou bastante melhorados e mudança das técnicas, dos materiais e/ou programas informáticos;
- c) de mercado: aplicação de novo método de comercialização, com mudanças dignas de nota no desenho ou na embalagem de um produto, seu posicionamento, sua promoção ou tarifação;

d) de organização: utilização de novo método organizativo, seja das práticas de organização do local de trabalho ou das relações externas da empresa ²¹.

As inovações geradas pelas atividades culturais e criativas inserem-se em todas essas modalidades e ainda estendem-se para fora do campo de atuação das OCCs, podendo afetar o sistema macroeconômico. Nas palavras de Rausell: “o campo cultural exporta para os campos sócio-econômicos um conjunto de valores que contêm os pilares centrais da fronteira de possibilidades de sua competitividade socioeconômica e determinam seu grau de desenvolvimento” (RAUSELL et al., 2012, p. 14).

Nesse aspecto, o Terceiro Informe Austríaco sobre Indústrias Culturais e Criativas (2008) assinala a relevância das OCCs como provedoras de inovação para outros setores da economia. Segundo esse relatório, as indústrias culturais e criativas introduzem novas ideias, que se transmitem a outros setores produtivos e ainda facilitam a adoção e manutenção de novas tecnologias em outros setores. Considerando a perspectiva da política econômica, o investimento nesses setores é justificado pelo fato de serem geradores de inovação e de transferirem essas inovações para outros setores, provocando assim um processo de crescimento econômico (apud RAUSELL et al., 2012, p. 88).

O modelo desenvolvido identifica impactos diferenciados das organizações culturais e criativas. Segundo os autores, esses impactos não são sempre visíveis e identificáveis no tempo e no espaço, mas podem ser classificados em dois grandes grupos: aqueles que afetam diretamente o

21 Essa análise foi explicitada detalhadamente em (OCDE, 2005). Manual de Oslo: Third Edition, OECD Publishing, em: <http://www.oecdbookshop.org/oecd/display.asp?sf1=identifiers&lang=EN7st1=922002081p1> (RAUSELL et al., 2012, p. 20).

público das OCCs e aqueles que se estendem para além dos objetivos diretos delas. Dentro dessas possibilidades, os impactos também se classificariam em três níveis. O primeiro refere-se ao âmbito individual e se expressa nos efeitos estéticos, cognitivos e espirituais que decorrem da exposição do indivíduo aos fluxos simbólicos e às experiências culturais. O segundo nível está relacionado ao desenvolvimento das capacidades expressivas e comunicativas e afeta basicamente a eficiência dos processos de acumulação de capital humano e capital social. E, por último, o estudo considera as recompensas sociais e econômicas que podem derivar dessas experiências. No que tange ao contexto mais amplo das OCCs e de seu raio de influência, pode-se dizer que o primeiro nível se refere ao impacto mais estético e que se traduz em paisagem, branding territorial, reputação pessoal ou corporativa. O segundo se relaciona à conformação de redes e outros efeitos que conferem poder aos agentes, às comunidades e aos territórios. Finalmente, no terceiro nível, observam-se os impactos macroeconômicos em termos de renda, ocupação e variações na competitividade (RAUSELL et al., 2012, p. 83).

No quadro 3 são apresentados os principais produtos e serviços das organizações culturais e criativas, a tipologia de impactos gerados e os vínculos com os processos de inovação.

Quadro 3: Vínculos dos outputs e impactos das OCCs com a inovação

Outputs	
Dimensão produtiva	Vínculos com a inovação
Produtos	Natureza cognitiva da produção: bens de experiência, informacionais, intangíveis, produção simbólica e de valores estéticos.
Serviços	Espaços de criação, oficinas de trabalho criativo. Atividades de pesquisa cultural, reflexão e experimentação. Análise crítica, espaços de pensamento divergente. Serviços educativos e de sensibilização, animação cultural e mobilização social (participação cidadã), governança. Internacionalização e integração em redes.
Impactos	
Tipologia de Impactos	<p>Impactos diversos vinculados ao desenvolvimento humano (educativos e de desenvolvimento do capital cultural, estéticos, etc.).</p> <p>Promoção do auto-emprego por meio do empreendimento cultural.</p> <p>Impactos territoriais diversos: uso do recurso cultural na planificação do desenvolvimento regional, cooperação cultural interterritorial, diversificação produtiva, turismo cultural, espaços públicos participativos, etc.</p> <p>Fomento da criatividade de massas, promoção do diálogo social, integração das competências artísticas no modelo educativo, usos das novas tecnologias de informação e comunicação.</p> <p>Fomento de valores de consumo e estilo de vida alternativo, valores de sustentabilidade ambiental.</p> <p>Promoção da inovação guiada por consumidores (agentes culturais como usuários de vanguarda).</p> <p>Luta contra exclusão social - coesão social, identidade territorial e memória, diversidade cultural, arte como ferramenta de regeneração urbana e integração de coletivos marginais.</p> <p>Inovação institucional e otimização dos serviços públicos: serviços mais atrativos, melhor comunicação, proximidade e interação com usuários, sistemas participativos de sugestões on-line, geração de novas ideias, experimentação, projetos inovadores.</p> <p>Inovação em produtos e serviços, comunicação de valores, novos modelos de gestão de recursos humanos.</p>

Fonte: RAUSELL *et al.*, 2012, p. 85, 86.

O impacto das atividades das OCCs no desenvolvimento territorial é o principal fator que justifica a proposta de criação de *clusters* e cidades criativas no âmbito dos programas orientados para a economia criativa. Alguns estudos, como o de LAZZARETTI *et al.* (2011, *apud* RAUSELL *et al.*, 2012, p. 92), mostram que as empresas culturais e criativas possuem fatores de aglomeração de natureza múltipla, como a presença de patrimônio histórico e cultural, o efeito de aglomeração econômica e o papel do capital humano. Essa tendência à aglomeração espacial é explicada por fatores como a redução de custos, a especialização produtiva dos territórios e o aumento da mobilidade no trabalho.

O estudo conclui que a produção e o consumo de atividades culturais e artísticas criam um conjunto de circuitos, relações e processos que se dão nas localidades onde se inserem. Assim, estimular a vitalidade cultural significa propiciar o desenvolvimento da economia criativa, entendida como o espaço de intercâmbio de experiências culturais de uma comunidade.

3. CONSIDERAÇÕES FINAIS

O modelo de Rausell *et al.*, aqui descrito, representa, sem dúvida, um grande avanço na análise das características microeconômicas das organizações culturais e de seus vínculos com os processos de inovação social e desenvolvimento local ou regional.

Cabe, no entanto, refletir sobre os pressupostos do modelo e seus desdobramentos lógicos. O primeiro aspecto refere-se ao tratamento generalizante dos diferentes setores da cultura e da criatividade, o que leva à desconsideração de suas singularidades e dinâmicas. Ressalta-se que a compreensão das dinâmicas setoriais tem papel crucial na identificação das possibilidades de crescimento econômico e dos possíveis impactos no desenvolvimento territorial.

O subsetor referente às indústrias culturais – cinema, vídeo, indústria fonográfica e editorial – forma um subconjunto típico de empresas, com processos de produção e comercialização caracterizados pela concentração de capital. As grandes empresas dominam as fases de produção e reprodução industrial, distribuição e difusão dos produtos culturais, configurando um mercado oligopólico. Os espaços não ocupados pelas grandes empresas, geralmente nas fases de criação, edição e produção, são os locais onde as micro e pequenas empresas encontram “nichos” de mercado e procuram responder a demandas específicas dos consumidores. Esse tipo de concorrência empresarial, o chamado oligopólio de franja²², abriga uma complexa relação entre as grandes e pequenas empresas na qual as primeiras apropriam-se de um “enorme retorno advindo do controle da distribuição e difusão, reprodução de produtos de sucesso e até incorporação de pequenas empresas para evitar a entrada de novos concorrentes no mercado” (TOLILA, 2007, p. 44, 45).

As micro e pequenas empresas formam um conjunto heterogêneo de empresas independentes com grande fragilidade financeira, fraca participação no mercado, altos riscos assumidos por projeto e altos índice de mortalidade e rotatividade. A principal dificuldade desse grupo é enfrentar as barreiras do oligopólio nas fases de distribuição e comercialização, ou seja, chegar ao consumidor final. É necessário ressaltar que a internet ampliou os espaços de atuação dessas empresas por meio da diversificação das possibilidades de divulgação e vendas na *web*. Ao mesmo tempo, criou novos desafios para a obtenção de retorno econômico em consequência do aumento do acesso gratuito aos produtos culturais.

22 Como mostra Tolila, “essa curiosa denominação deve-se ao economista americano Georges Stigler e significa que o setor das indústrias culturais se estruturou sob o domínio das grandes empresas (*majors*) em torno das quais vivem e atuam uma miríade de micro e pequenas empresas” (2007, p. 43).

Para as grandes empresas do oligopólio, a convergência digital intensificou o processo de internacionalização dos mercados, aumentando sua dimensão, o que levou a um aprofundamento da concentração oligopolista das indústrias culturais²³. “A multimídia, por sua vez, obrigou as indústrias culturais a se tornarem indústrias da informação e expandir suas áreas de atuação e mercados” (TOLILA, 2007, p. 56, 57).

Ao tratar de forma homogênea as organizações dos diversos setores culturais e criativos, Rausell *et al.* (2012) ignora as dinâmicas de concorrência do oligopólio das indústrias culturais e desconsidera as barreiras à expansão das micro e pequenas empresas no mercado oligopolizado. As dificuldades financeiras e de sobrevivência das micro e pequenas empresas da “franja” dos oligopólios e seu alto grau de rotatividade são indicadores não desprezíveis do desafio das indústrias culturais para a intervenção pública. Cumpre ressaltar que o poder oligopolístico dessas indústrias é motivo de grandes controvérsias entre países, em função da expansão e disputa pelo controle de mercado dos diferentes produtos culturais²⁴.

23 “A evolução das dimensões e dos mercados é muito rápida. Em 1993, as 50 maiores companhias audiovisuais vendiam 120 bilhões de dólares; cinco anos mais tarde os sete maiores grupos de mídia superaram essa cifra. Os países de origem das principais empresas ainda eram divididos entre EUA (36%), União Européia (33%) e Japão (26%); no fim da década de 90, mais de 50% das empresas estavam nos EUA”. TOLILA (2007, p. 38). O período atual se caracteriza pela aceleração da concentração das indústrias culturais. As dinâmicas da concorrência empresarial no mercado oligopolista das indústrias culturais são analisadas detalhadamente por TOLILA (2007, p. 34 a 67).

24 Uma análise detalhada sobre as indústrias culturais pode ser vista em TOLILA (2007, p. 34 a 67).

O segundo aspecto que chama a atenção no modelo desenvolvido por Rausell *et al* refere-se à desconsideração das especificidades das organizações do setor público na análise do conjunto das OCCs. O tratamento indiferenciado do setor público na análise das dinâmicas dos setores culturais e criativos provoca um distanciamento das questões de caráter coletivo, como as relacionadas à proteção do patrimônio material e imaterial e das expressões culturais, à regulamentação da propriedade intelectual, à defesa do direito à cultura e à diversidade cultural. Nesse sentido, os processos históricos, políticos e sociais que conformam essas questões acabam ficando em segundo plano.

Outra hipótese do modelo refere-se ao potencial desenvolvimento da cidadania cultural, entendida como a ampliação da participação social, política e cidadã como resultado de uma dinamização dos bens e direitos culturais. Uma das conclusões do estudo é que a cidadania cultural poderá emergir do somatório das ações individuais promovidas pelas atividades dos setores culturais e criativos. Nessa ótica, a cidadania cultural resultaria das ações de caráter coletivo apresentadas como uma das “externalidades” territoriais das atividades das OCCs. Segundo o modelo, isso se justifica pelo fato de que tanto a produção de bens e serviços de valor simbólico quanto a utilização dos recursos humanos, relacionais e simbólicos, considerados principais inputs do processo de produção, estão associadas a valores coletivos de uma comunidade.

O estudo destaca ainda que esses novos valores estão ultrapassando os associados a retornos pura e exclusivamente econômicos e se expressando de diversas formas: pelo desejo de inovar, pelo consumo relacional, por meio das trocas livres, do pensamento crítico, do desenvolvimento pessoal, da solidariedade, da cooperação, do trabalho em rede, enfim, da diversidade. Contribuem também para uma nova ética e um movimento inovador de atitudes sociais, que estão se irradiando

por meio de movimentos sociais articulados na internet e afetando o espaço socioeconômico, os marcos institucionais e o espaço social na atualidade.

Não se pode esperar, contudo, pelos próprios limites assinalados aos princípios e fundamentos da economia criativa, que emergja essa perspectiva quanto aos rumos da coletividade. Embora seja possível haver desenvolvimento local das coletividades como resultado das atividades culturais e criativas, isso não pode ser pensado como uma decorrência natural do processo. Ressalte-se que os autores do modelo chamam a atenção para a possibilidade de os processos criativos terem efeitos antagônicos, podendo tanto integrar como excluir comunidades. Afirmam também que “a coesão social não é um resultado obrigatório em estratégias que intensifiquem as vivências e manifestações culturais de uma comunidade” (Rausell et al., 2007, p. 42). Cabe enfatizar, no entanto que o estudo afirma em suas conclusões que o campo cultural externaliza valores que se expandem para o conjunto do espaço socioeconômico.

São grandes, portanto, as expectativas quanto aos impactos econômicos, sociais e humanos da implementação de uma política de desenvolvimento fundada na economia criativa. Nesse sentido e trazendo a reflexão para o Brasil, torna-se importante problematizar o impacto decorrente dessa política no campo da cultura. O plano de desenvolvimento da economia criativa representa um fortalecimento da visão e do lugar da cultura no desenvolvimento brasileiro? Quais são os desafios para a política cultural que emergem da valorização do campo da economia criativa? Em que medida a economia criativa poderá modificar as condições de inserção de segmentos artísticos e culturais tradicionalmente excluídos das políticas culturais? Considerando que a política cultural brasileira é caracterizada por grande fragmentação e multiplicidade de programas, projetos e ações, uma política orientada para a economia criativa não estimularia uma fragmentação ainda maior e a disputa por visibilidade, centralidade política e recursos?

Uma política de desenvolvimento pressupõe a organização de informação prévia a fim de fundamentar e orientar as decisões e contribuir para a visibilidade, a implementação e a avaliação das ações. As políticas públicas de desenvolvimento para os setores culturais e criativos não fogem à regra. A organização de um sistema de informações torna-se ainda mais necessária devido à complexidade e amplitude do campo criativo e cultural. Segundo orientação de TOLILA (2007), esse processo não poderá prescindir da construção de uma “cultura coletiva da informação estruturada”, que se caracteriza pelo engajamento de diferentes atores em processos de observação coerentes, possibilitando a coordenação de conhecimentos e das ações das administrações e instituições culturais, das indústrias culturais, das organizações de criadores e de profissionais culturais. Nas palavras de Tolila:

Enquanto um país não tiver um mínimo de ferramentas eficazes de observação (públicas ou privadas), sua capacidade estratégica de desenvolvimento cultural ficará travada, as decisões serão tomadas em função do momento, ou mesmo de um capricho, e as consequências das orientações fixadas serão pouco previstas e fortemente contestadas (TOLILA, 2007 p. 109).

No campo da economia criativa, as informações encontram-se dispersas e, apesar dos esforços dos organismos internacionais, ainda não há um padrão de referência comum para a organização sistemática dos dados. Como demonstrado neste artigo, o próprio conceito de economia criativa dá margem à inclusão ou exclusão de setores. Isso limita não apenas as possibilidades de comparação das estatísticas, como também o dimensionamento da participação desses setores na geração de emprego e renda e de sua contribuição para a sustentabilidade do desenvolvimento.

Assim, a definição de uma política de desenvolvimento para a economia criativa deve pressupor o conhecimento da estrutura e da dinâmica produtiva de cada um de seus segmentos, a forma como se inserem na economia local e nos mercados globalizados e os limites para seu crescimento. A

elaboração de diagnósticos amplos para cada setor que compõe o campo cultural e criativo que embasem a formulação e o aperfeiçoamento dos planos e programas de ações e dimensionem os recursos necessários é fundamental para o monitoramento e a gestão responsável de seus resultados.

O alcance dos objetivos amplos do desenvolvimento sustentável, que envolva a equidade social e a melhoria da qualidade de vida, a partir do fomento à economia criativa, está condicionado à formulação de uma política pública discutida e planejada transversal e intersetorialmente. Nesse sentido, as decisões pressupõem a ampliação tanto da participação dos diferentes agentes econômicos, sociais e políticos que interagem nos diversos campos culturais e criativos quanto das inúmeras políticas setoriais que têm objetivos transversais à cultura e à economia criativa: educação, turismo, desenvolvimento, meio ambiente, economia e cidades, entre outras.

No Brasil, o Ministério da Cultura, a partir da criação da Secretaria da Economia Criativa (SEC), assumiu o compromisso de conduzir a formulação, implementação e o monitoramento de políticas públicas visando ao desenvolvimento do setor. O conceito de economia criativa apresentado no Plano da Secretaria da Economia Criativa (PEC) para o período 2011 a 2014 incorpora as dimensões da diversidade cultural, da sustentabilidade, da inovação e da inclusão produtiva como base de uma economia cooperativa e solidária. Esses princípios, ausentes das primeiras formulações do tema, passaram a ser agregados ao longo da discussão e da experiência internacional nesse campo e foram oficialmente incorporados pela Unesco e a Unctad e pelas demais agências multilaterais de cooperação para o desenvolvimento ao longo dos anos 2000.

Os setores da economia criativa definidos pelo plano se orientam pelo quadro conceitual e metodológico da Unesco e abrangem: o patrimônio (material, imaterial, arquivos e museus), as expressões culturais (artesanato, culturas populares, indígenas, afro-brasileiras e artes visuais), as artes de espetáculo (dança, música, circo e teatro), o audiovisual, livro, a literatura e leitura (cinema, vídeo, publicações e mídias impressas) e as criações funcionais (moda, design, arquitetura e arte digital).

Do ponto de vista de suas diretrizes, o plano se organiza a partir de cinco linhas de ação: levantamento de informações e dados; articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos; educação para competências criativas, infraestrutura de criação, produção, distribuição/circulação e consumo/fruição de bens e serviços criativos e criação e adequação dos marcos regulatórios (trabalhistas, tributários e de propriedade intelectual) para os diferentes setores criativos.

A formulação de uma política de desenvolvimento para a economia criativa no país é ainda recente e carece de tempo de implementação e de monitoramento das ações. Contudo, não se pode deixar de assinalar que ela se defronta com desafios e questões que não podem ser subestimadas. Entre elas podem ser citadas: a forma de institucionalização adequada do campo da economia criativa devido ao seu caráter amplo e intersetorial; a harmonização de metodologias e a geração e padronização de estatísticas nas diversas esferas da federação; a realização de diagnósticos setoriais aprofundados; o acompanhamento e a avaliação das ações que compõem as políticas e os planos em curso e seus impactos sobre as demais ações de políticas culturais. Por fim, é crucial considerar em que medida se torna necessário o desenho de políticas e ações complementares que visem a garantir que a economia criativa contemple os objetivos mais amplos do desenvolvimento.

4. REFERÊNCIAS

- BOTELHO, Isaura. Criatividade em pauta: alguns elementos para reflexão. In: BRASIL, Ministério da Cultura. *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações 2011 – 2014*. Brasília, Ministério da Cultura, 2011. p. 80-85.
- COELHO, Teixeira. *Dicionário Crítico de Política Cultural*. São Paulo: Editora Iluminuras Ltda.1999.
- CUELLAR, J. P. (Org). *Nossa diversidade Criadora: relatório da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento*. Brasília: UNESCO, Papirus, 1997.
- DEPARTMENT FOR CULTURE, MEDIA AND SPORT, Londres, *Creative Industries mapping document*, 1998. Disponível em: <<http://www.dcms.gov.uk/referencelibrary/publications /4740.aspx>>. Acesso em 11 maio, 2012.
- DOMINGUES, José Maurício. Amartya Sen, a liberdade e o desenvolvimento (2003). *Novos Estudos do CEBRAP*, N°65, março2003. p. 57-70.
- DUARTE, Rodrigo. *Teoria Crítica da Indústria Cultural*. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003 (Humanitas). 218 p.
- EUROPEAN COMISSION. Green Paper. *Unlocking the Potencial of Cultural and Creative Industries*, 2010.
- FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). *A cadeia da indústria criativa no Brasil*, 2008. 32 p. Disponível em: <<http://www.firjan.org.br/data/pages/2C908CE9215B0DC40121685C72026F2E.htm>> Acesso em 11/4/2012.

FLEW, Terry; CUNNINGHAM, Stuart. Creative Industries After the First Decade of Debate. In: *The Information Society*, 26(2), 2010. p. 113 -123.

FONSECA REIS, A. C. *Cidades Criativas: da teoria à prática*. São Paulo: SESI-SP editora, 2012. 236 p.

FONSECA REIS, A. C. *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. Ana Carla Fonseca Reis (org.) São Paulo: Itaú Cultural, 2008. 267 p.

FUNDAÇÃO DO DESENVOLVIMENTO ADMINISTRATIVO (FUNDAP). *Economia Criativa na Cidade de São Paulo: Diagnóstico e Potencialidade*. Aurílio Sergio Costa Caiado (coord.) São Paulo: FUNDAP, 2011. 160 p.

GARNHAM, N. From cultural to creative industries: an analysis of the implications of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom. *International Journal of Cultural Policy*, Vol. 11, No. 1, 2005.

GREFFE, Xavier. *Local Governance and Partnerships*. Disponível em: <<http://www.oecd.org/cfe/leed/27237042.pdf>>. Acesso em 12/6/ 2012.

HARTLEY, John. The new economy, creativity and consumption. *International Journal of Cultural Studies*, 2004. Volume 7(1): 5–7.

HAWKES, Jon. The fourth pillar of sustainability: Culture’s essential role in public planning. *Cultural Development Network* (Victoria): Melbourne, 2001.

ISAR, Yudhishtir Raj. Visão global: das inquietações conceituais a uma agenda de pesquisas. In: *Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. Ana Carla Fonseca Reis (org.) São Paulo: Itaú Cultural, 2008. 267 p.

MILLER, Toby. A view from a fossil. The new economy, creativity and consumption – two or three things I don't believe in. *International Journal of Cultural Studies*, 2004, Vol 7(1): 55–65.

NASCIMENTO, Elimar P. Trajetória da Sustentabilidade: do ambiental ao social, do social ao econômico. *Dossiê Sustentabilidade*. In: Instituto de Estudos Avançados, Universidade de São Paulo. São Paulo: IEA, 2012. vol 1, n.1.

OAKLEY, Kate. Not so cool Britannia: the role of the creative industries in economic development. *International Journal of Cultural Studies*, vol 7(1): 67–77, 2004.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT – OECD. *Culture and Local Development*, 2005.

ORGANIZAÇÃO DOS ESTADOS IBEROAMERICANOS - OEI. *Carta Cultural Iberoamericana*, 2006.

RAUSELL et al. *La cultura com factor de innovación económica y social*. Universitat de València, Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local, 2012.

RAUSELL et al. *Cultura y Desarrollo: Cultura.Estrategia para el Desarrollo Local*. Agencia Española de Cooperación Internacional y el Instituto Interuniversitario de Desarrollo Local, vol 4, 2007.

RIFKIN, Jeremy. *A era do acesso*. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2001.

SEN, Amartya. *Desenvolvimento como liberdade*. São Paulo: Companhia das Letras, 2000.

THROSBY, David. *Economic and Culture*. Cambridge: University Press, 2001.

TOLILA, Paul. *Cultura e economia*, Ed. Iluminuras/Itaú Cultural, São Paulo, 2007.

UNCTAD - United Nations Conference on Trade and Development. *The Creative Economy Report 2010: creative economy – a feasible development option*. Geneva: United Nation, 2010. 423p. Disponível em: <http://www.unctad.org/Templates/WebFlyer.asp?intItemID=5763&lang=1>; Acesso em 26/4/2012.

UNCTAD, United Nations Conference on Trade and Development. *Creative Economy, Reporter, 2008: The Challenge of Accessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making*. http://unctad.org/en/Docs/ditc20082cer_en.pdf

UNESCO – Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. *Marco de Estadísticas Culturales (Mec) de La UNESCO, 2009*. 100p. Disponível em: <http://www.uis.unesco.org/culture/Pages/framework-cultural-statistics>. Acesso em: 6/3/2012.

UNITED CITIES AND LOCAL GOVERNMENTS. *Agenda 21 da Cultura, 2004*.

WYSZOMINSKI, M. J. The local creative economy in the United States. In *Cultural economy*, ed. H. Anheier and Y. Raj Isar, 199–212. London: Sage, 2008.

YÚDICE, George, *A Conveniência da cultura: usos da cultura na era global*. Belo Horizonte: UFMG, 2004.

Graduada em Literaturas Vernáculas (UFRJ), mestre em Comunicação (UFRJ) e doutora em Ação Cultural (USP). Atuou na Funarte (1978-1996), dirigiu o Centro de Estudos da América Latina do Memorial da América Latina, em São Paulo (2001 a 2003) e coordenou o setor de pesquisas e planejamento da Secretaria de Políticas Culturais do Ministério da Cultura até julho de 2005. Coordenou, no Centro de Estudos da Metrópole, ligado ao Cebrap, em São Paulo, a pesquisa *O Uso do Tempo Livre e as Práticas Culturais na Região Metropolitana de São Paulo*. Em 2010, coordenou o grupo de pesquisa sobre o Centro Cultural da Juventude Ruth Cardoso, em São Paulo, dentro de uma pesquisa mais ampla sobre a economia criativa conduzida na Fundação do Direito Administrativo (Fundap). Tem ministrado cursos e prestado consultorias para instituições nacionais e do exterior. Publicou artigos sobre política cultural em revistas especializadas e organizou, em parceria com José Álvaro Moisés, o livro *Modelos de Financiamento da Cultura* (Minc-Funarte, 1997).

Doutora em História, pesquisadora e chefe do setor de Estudos de Política e Culturas Comparadas da Fundação Casa de Rui Barbosa, no Rio de Janeiro. Professora dos MBAs de Gestão e Produção Cultural da Fundação Getúlio Vargas (Rio de Janeiro) e da Universidade Cândido Mendes. Autora de diversos artigos e livros: *A Era do Rádio* (Ed. Zahar, 2002), *Políticas Culturais no Brasil: dos anos 1930 ao século XXI* (Ed. FGV, 2009) e *Políticas Culturais no Brasil: História e Contemporaneidade* (Ed. BNB, 2010).

OLIVEIRA

Economista, trabalhou como consultora do Centro Regional para o Fomento do Livro na América Latina e Caribe (Cerlalc/Unesco) no desenvolvimento de metodologias de pesquisa e diagnósticos culturais no Brasil e na América Latina, com foco no setor editorial, livro e leitura. Pesquisadora do Centro de Estudos de Políticas Públicas da Fundação João Pinheiro, coordenou diagnósticos sobre o cinema brasileiro e a cadeia produtiva da música em Belo Horizonte. Realizou diversas pesquisas de avaliação de projetos e eventos culturais, como a Bienal Internacional do Livro de São Paulo e o Salão do Livro de Minas Gerais. Realizou várias palestras no Brasil, na América Latina e em alguns países da Europa e publicou artigos sobre os diagnósticos culturais nas áreas do livro, leitura e música.

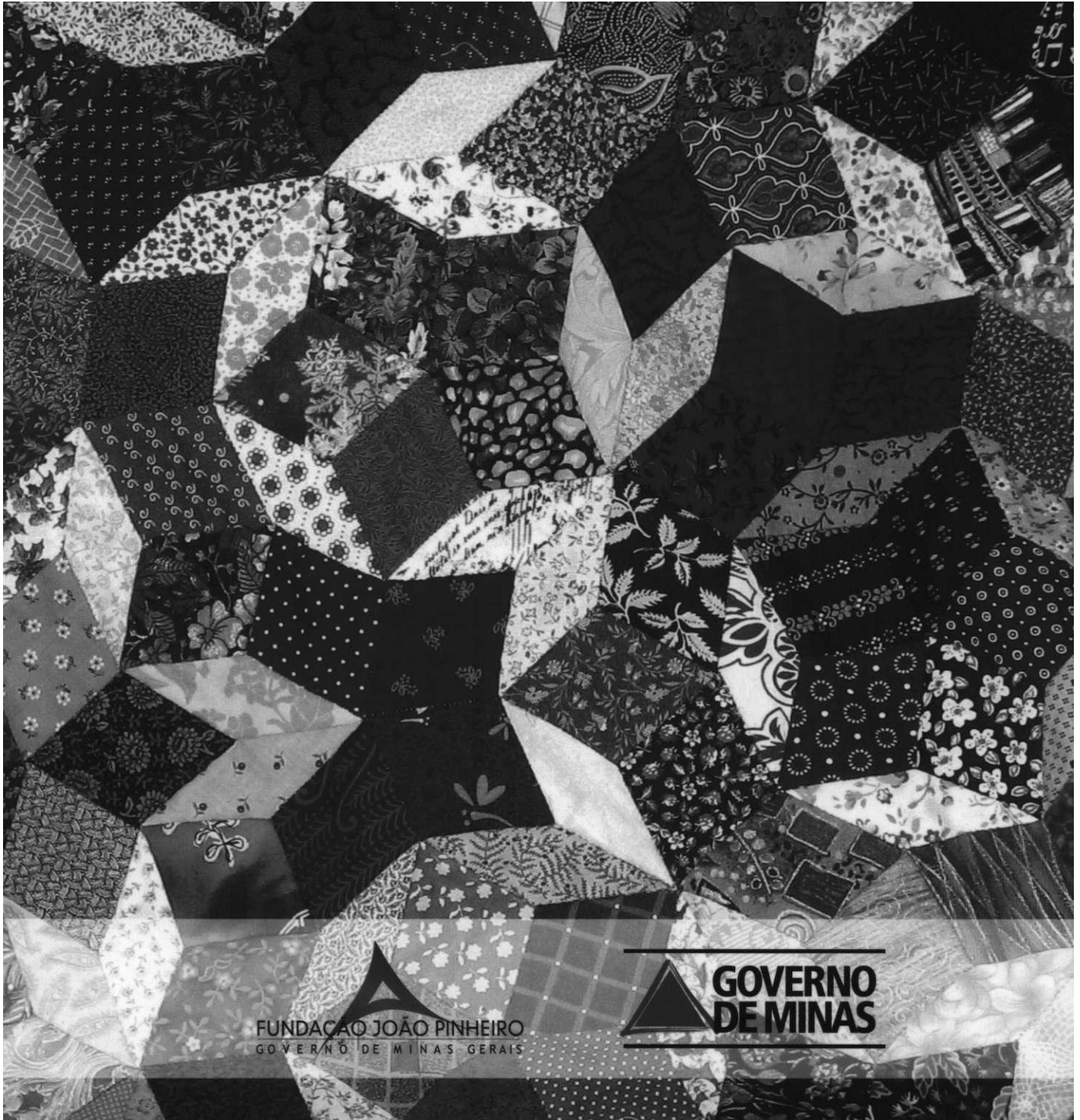
Economista e doutora em Ciência Política (UFMG), atua profissionalmente como pesquisadora do Centro de Estudos de Políticas Públicas da Fundação João Pinheiro, onde vem se dedicando aos temas da economia da cultura e da análise de políticas públicas de cultura. Coordenou várias pesquisas nessas áreas, em especial sobre os mecanismos de financiamento da cultura. Ministrou palestras e publicou artigos relacionados aos diversos temas sobre os quais desenvolveu trabalhos. Atuou em oficinas sobre elaboração de projetos culturais e captação de recursos e em cursos sobre desenvolvimento e gestão da cultura e cidades e políticas públicas de cultura.

NELSON ANTÔNIO QUADROS V. FILHO

PhD em Antropologia Social (University of Manchester), Mestre em Area Studies/Sociologia (University of London, UFMG) e Bacharel em Ciências Econômicas (UFMG). É pesquisador da Fundação João Pinheiro, professor associado da Fundação Dom Cabral e membro do conselho editorial e comitê científico de importantes periódicos científicos nacionais nas áreas de cultura e turismo. Foi professor adjunto das áreas de antropologia e turismo da UFMG (1989-2000; 2012), professor e coordenador do Mestrado em Turismo e Meio Ambiente do Centro Universitário UNA (2000/2007), diretor regional e diretor acadêmico da Associação Nacional de Pós-graduação e Pesquisa em Turismo (2005-2009), assessor e consultor de organizações públicas, privadas e não governamentais nas áreas de planejamento, cultura, turismo e desenvolvimento sustentável e autor de vários trabalhos e publicações nessas áreas no Brasil e no exterior.

PAULO CESAR MIGUEZ

Graduado em Ciências Econômicas (UFBA), mestre em Administração (UFBA) e doutor em Comunicação e Cultura Contemporâneas (UFBA). Atualmente é professor do Instituto de Humanidades, Artes e Ciências da UFBA, coordenador do Programa Multidisciplinar de Pós-Graduação em Cultura e Sociedade (UFBA) e pesquisador do Centro de Estudos Multidisciplinares em Cultura (Cult, UFBA). Membro do Conselho Estadual de Cultura da Bahia, foi assessor especial do ministro Gilberto Gil e secretário de Políticas Culturais do Ministério da Cultura (2003-2005).



FUNDAÇÃO JOÃO PINHEIRO
GOVERNO DE MINAS GERAIS

**GOVERNO
DE MINAS**