

Universidade Federal de Minas Gerais
Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional

Bárbara Freitas Paglioto

A SINGULAR MEDIAÇÃO ENTRE CULTURA E ECONOMIA:

Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento

Belo Horizonte
2015

Bárbara Freitas Paglioto

A SINGULAR MEDIAÇÃO ENTRE CULTURA E ECONOMIA:

Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento

Dissertação apresentada ao curso de Mestrado em Economia do Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional da Faculdade de Ciências Econômicas da Universidade Federal de Minas Gerais, como requisito parcial à obtenção do Título de Mestre em Economia.

Orientadora: Prof^ª. Ana Flávia Machado
Co-orientador: Prof. Alexandre Mendes Cunha

Belo Horizonte
2015

Ficha Catalográfica

P138s
2015

Paglioto, Bárbara Freitas.
A singular mediação entre cultura e economia [manuscrito]:
economia criativa como estratégia de desenvolvimento. / Bárbara
Freitas Paglioto. – 2015.
x, 161 f.

Orientadora: Ana Flávia Machado .
Coorientador: Alexandre Mendes Cunha.
Dissertação (mestrado) - Universidade Federal de Minas
Gerais, Centro de Desenvolvimento e Planejamento Regional.
Inclui bibliografia (f. 137 -161).

1. Economia – Teses. 2. Criatividade – Teses. 3. Capital
intelectual – Teses. 4. Desenvolvimento econômico – Teses. I.
Machado, Ana Flávia. II. Cunha, Alexandre Mendes. III.
Universidade Federal de Minas Gerais. Centro de
Desenvolvimento e Planejamento Regional. IV. Título.

CDD: 330

Elaborada pela Biblioteca da FACE/UFMG – JN026/2015

Folha de Aprovação

AGRADECIMENTOS

Esta etapa que se encerra agora significa, para mim, um pouco mais que o fim de uma dissertação ou do mestrado. São sete anos ininterruptos de FACE/CEDEPLAR. E, enfim, se fecha um ciclo acadêmico de muito aprendizado e muitas alegrias. Por isso, os agradecimentos não são poucos.

Começo agradecendo à professora Ana Flávia, pelos cinco anos de parceria, pela confiança no meu trabalho durante todo esse tempo, pela paciência com as minhas inseguranças, pelo exemplo de profissionalismo e pelo carinho.

Agradeço também ao professor Alexandre, pela co-orientação que se iniciou durante a disciplina sobre o pensamento de Celso Furtado, pelas leituras atentas e pelas conversas pacientes e sempre tão proveitosas.

Agradeço aos membros da banca, professora Cláudia Leitão e professor Roberto Monte-Mór, por terem aceito o convite e ajudarem a enriquecer o trabalho com críticas e comentários e, principalmente, pelo incentivo que me deram aos próximos passos da pesquisa.

Agradeço a todos os professores, funcionários e colegas do CEDEPLAR e da FACE pela convivência excelente de todo esse tempo.

Aos amigos mais chegados, desde a época do PET, e, especialmente, à Luciana, ao Samuel e à Júlia, meus irmãos do coração.

À família Freitas Gomes, por me acolher como filha e irmã e por nunca permitir que eu não me sentisse totalmente em casa.

Aos amigos do CEMFS e à Soraya, por me ajudarem a me manter no eixo.

Aos meus pais e irmãos, por terem me dado toda a liberdade pra seguir o meu caminho, por segurarem todas as ondas e por termos construído juntos um lar pra onde eu sempre volto para recarregar as baterias.

Ao Marcos, pela lista inumerável de motivos que só cresce a cada dia, junto com a minha admiração e com o meu amor.

E a todos os demais amigos e familiares que, de muitas maneiras (pelas ligações, pelas caronas, pelos abraços, pela compreensão da ausência...), ajudaram a construir esse momento.

A todos, muito obrigada!

*“[...] temos inteligência
pra acabar com a violência, dizem
cultivamos a beleza,
arte e filosofia*

*a modernidade agora
vai durar pra sempre, dizem
toda a tecnologia
só pra criar fantasia*

*deuses e ciência
vão se unir na consciência, dizem
vivermos em harmonia
não será só utopia*

*quem me dera
não sentir mais medo
quem me dera
não me preocupar [...]”*

Extraído da canção “Dizem” de Arnaldo Antunes, Marisa Monte e Dadi Carvalho.

RESUMO

Busca-se argumentos para a compreensão sobre os significados do termo economia criativa, considerando suas origens históricas – as quais remontam à esfera das políticas públicas – no contexto da chamada Sociedade da Informação. Mais especificamente, pretende-se entender o que significa falar em economia criativa como estratégia de desenvolvimento para países periféricos, uma vez que o conceito carrega em seu bojo uma série de significados que podem se mostrar inconciliáveis com um projeto de desenvolvimento pensado a partir do ponto de vista da periferia. O ano de 2014 marca uma década do início do debate sobre o tema no Brasil, inserido sob forte influência de organismos multilaterais e modelos estrangeiros de países como Austrália e Reino Unido. Contudo, ainda hoje, o que se percebe é que as visões sobre os significados, as potencialidades e as demandas geradas em torno da construção de projetos públicos e privados pautados nas noções da economia criativa são bastante díspares. A ideia de economia criativa parte tanto da relação entre arte, indústrias culturais e renovação tecnológica – disto derivando a necessária ênfase na propriedade intelectual e na produção de “bens funcionais” (na moda, publicidade, arquitetura, etc.) – quanto gira em torno das questões culturais e econômicas urbanas – passando pelos conceitos de classe criativa, *clusters* criativos e de cidade criativa. Sua definição e prática nascem como forma de orientar a relação cultura-economia em determinada direção, moldando a cultura para que sirva de instrumento de valorização econômica ou como recurso para o desenvolvimento. Ao serem transpostas para o contexto das economias periféricas, as categorias da economia criativa sofrem influência de suas particularidades socioeconômicas, culturais e políticas, bem como das lutas e interesses que as envolvem, a partir das quais passam a ser repensadas. Essa nova perspectiva levanta questões relativas, por exemplo, ao potencial da economia criativa em termos de redução de desigualdades e construção da cidadania, sua ligação com setores informais, com culturas tradicionais, etc.

Palavras-chave: Economia da Cultura. Economia Criativa. Desenvolvimento.

ABSTRACT

The aim is to search up arguments for the understanding of the meanings of the term creative economy considering its historical origins - which dates back to the sphere of public policies - within the so-called Information Society. More specifically, we intend to understand what it means to consider creative economy as a development strategy for peripheral countries, since the concept already carries a number of meanings that may prove incompatible with a development project thought from the periphery point of view. The year of 2014 marks a decade of the beginning of the debate on the subject in Brazil, which was inserted under the strong influence of multilateral organizations and foreign models from countries like Australia and the UK. However, even today, what we see is that the views on the meanings, the potential and the demands generated around the construction of public and private projects built around the notions of the creative economy, are quite disparate. The idea of creative economy embodies both the relation between arts, cultural industries and technological renewal – from which it derives its emphasis on intellectual property and on production of “functional goods” (in fashion, advertising, architecture, etc.) – as cultural and economic urban questions – through the concepts of creative class, creative clusters and creative city. Its definition and practice are born as a way to guide the relationship between culture and economy in a particular direction, shaping the culture to serve as an economic valuation tool or as a resource for development. When implemented in the context of peripheral economies, the categories of the creative economy are influenced by their socioeconomic, cultural and political characteristics, as well as by the struggles and interests surrounding them, from which they have to be rethought. This new perspective raises questions concerning, for example, the potential of the creative economy for reducing inequalities and for citizen empowerment; its connection with informal sectors, with traditional cultures, etc.

Keywords: Cultural Economics. Creative Economy. Development.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BID – Banco Interamericano de Desenvolvimento

BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social

CEPAL – Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe

CIEC – Centro Internacional de Economia Criativa

CNRC – Centro Nacional de Referência Cultural

DCMS – *Department of Culture, Media and Sport*

FECOMERCIO-SP – Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo

FIRJAN – Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro

FMI – Fundo Monetário Internacional

FUNARTE – Fundação Nacional de Artes

FUNDAP – Fundação do Desenvolvimento Administrativo

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística

ICOMOS – Conselho Internacional de Monumentos e Sítios

IDH – Índice de Desenvolvimento Humano

IPEA – Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada

MEC – Ministério da Educação e Cultura

MinC – Ministério da Cultura

OBEC – Observatório Brasileiro da Economia Criativa

ODM – Objetivos de Desenvolvimento do Milênio

OMPI – Organização Mundial da Propriedade Intelectual

ONG – Organização Não-Governamental

ONU – Organização das Nações Unidas

ONU-HABITAT – Programa das Nações Unidas para os Assentamentos Humanos

P&D – Pesquisa e Desenvolvimento

PIB – Produto Interno Bruto

PNC – Plano Nacional de Cultura

PNUD – Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento

PROCULT – Programa BNDES para o Desenvolvimento da Economia da Cultura

PRODEC – Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura

PUC-RIO – Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro

SCC – Secretaria da Cidadania Cultural

SEBRAE – Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas

SEC – Secretaria de Economia Criativa

SESC – Serviço Social do Comércio

SNC – Sistema Nacional de Cultura

SNIIC – Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais

TIC – Tecnologia de Informação e Comunicação

UFMG – Universidade Federal de Minas Gerais

UNCTAD – Conferência das Nações Unidas Sobre Comércio e Desenvolvimento

UNESCO – Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

WCCD – Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	1
2 ECONOMIA E CULTURA EM APROXIMAÇÃO.....	8
2.1 Sobre o conceito de cultura	10
2.2 A cultura para a Ciência Econômica	16
2.2.1 Economia da Cultura	18
2.3 Políticas públicas de cultura	23
2.3.1 Histórico das Políticas Culturais no Brasil	32
3 ECONOMIA CRIATIVA: CONTEXTO E CONCEITO	37
3.1 O espaço da cultura na “nova era” do capitalismo global	38
3.2 Os conceitos “criativos” e suas aplicações	44
3.2.1 Uma conciliação entre indústrias culturais e as artes subsidiadas.....	52
3.2.2 A ascensão da classe criativa.....	57
3.2.3 A aglomeração da criatividade e a formação de <i>clusters</i>	60
3.2.4 Cidades criativas como estratégia de regeneração urbana.....	64
4 CULTURA, DESENVOLVIMENTO E ECONOMIA CRIATIVA.....	73
4.1 Cultura e desenvolvimento	74
4.1.1 A influência da ONU e a mudança de direção na relação entre cultura e desenvolvimento.....	76
4.2 A economia criativa pensada como estratégia para os países periféricos	85
4.3 O viés desenvolvimentista das atuais políticas culturais brasileiras: da economia da cultura à economia criativa.....	93
4.4 Desenvolvimento e criatividade em Celso Furtado: elementos para repensar a economia criativa	107
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	129
REFERÊNCIAS	137

1 INTRODUÇÃO

O ano de 2014 marca uma década do início do debate sobre economia criativa no Brasil. Tal debate se insere em contexto de forte influência de organismos multilaterais e tem por parâmetros modelos estrangeiros aplicados desde a década de 1990, sobretudo em países anglo-saxões, como Austrália e Reino Unido.

Dentre os estudos acadêmicos, a temática das indústrias/economia criativa, embora ainda bastante incipiente, cresce gradualmente em número de artigos, dissertações e teses em diferentes áreas das ciências sociais (desde moda e turismo à administração e direito), o que inclui a economia, embora sua participação pareça ser menor do que a princípio poderia se esperar. Ao longo desse período, consolidaram-se referências especializadas sobre o tema e algumas instituições universitárias começam a investir na inclusão do tema na grade curricular de cursos de graduação e pós-graduação (MARINHO, 2013; SAAD *et al.*, 2012).

Contudo, o marco institucional mais importante durante esses dez anos foi o lançamento, em 2011, do Plano da Secretaria de Economia Criativa (SEC) do Ministério da Cultura (MinC), oficialmente fundada em junho de 2012¹ (SILVA, 2013), concretizando a existência de uma proposta federal de implementação de políticas públicas voltadas à economia criativa. A Secretaria passou a representar o ponto de articulação entre diversas instituições que se ligam ao tema no país e no exterior, agindo em favor da formulação de políticas públicas para a economia criativa brasileira e estimulando pesquisas e políticas em todo o território nacional. A elaboração do Plano contou com a colaboração de uma série de especialistas (acadêmicos e profissionais) relacionados ao pensamento sobre políticas culturais e sobre economia criativa² e de vários parceiros institucionais³. Ações importantes se fazem presentes também em outros

¹ Decreto n.7.743. Plano que fundamentou a criação da Secretaria de Economia Criativa.

² Tânia Bacelar, Isaura Botelho, Paulo Miguez, César Bolaño, Henrique Saraiva, Ana Carla Fonseca; Frederico Barbosa, Cristina Lins, Jurema Machado, Adolfo Melito, Lala Deheinzeln e Lia Calabre (BRASIL, 2011, p.47).

³Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e social (BNDES), Banco do Brasil, Caixa Econômica Federal, Banco do Nordeste, Banco da Amazônia, Petrobras, Eletrobras, Correios, Furnas, Companhia Hidroelétrica do São Francisco (CHESF), Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE), SEBRAE/RJ, Serviço Nacional de Aprendizagem Comercial (SENAC), Confederação Nacional da Indústria (CNI)/Serviço Social da Indústria (SESI) - Nacional, Serviço Social do Comércio de São Paulo (SESC/SP), Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO), Instituto de Treino e Pesquisa da ONU (UNITAR), Organização dos Estados Ibero-Americanos para a Educação, a Ciência e a Cultura (OEI), Financiadora de Estudos e Projetos (FINEP), Conselho Nacional de Desenvolvimento Científico e Tecnológico (CNPq) e Agência Brasileira de Promoção de Exportações (APEX) (BRASIL, 2011, p.48).

ministérios, que tem buscado o apoio da SEC para a compreensão do conceito e do contexto entorno do tema (CARVALHO, 2014, p.133).

Podemos citar o Ministério do Turismo, que realiza o programa TBC – Turismo de Base Comunitária, em grande parte inspirado em indústrias criativas associadas ao turismo. A ABC – Agência Brasileira de Cooperação, órgão ligado ao Ministério das Relações Exteriores, que possui uma estrutura dedicada à cooperação na área de economia criativa, especialmente com países africanos e da CPLP. O Ministério do Desenvolvimento, Indústria e Comércio, através de sua Secretaria de Inovação, enviou recentemente uma delegação à Europa, com o objetivo de conhecer de perto as principais experiências de *clusters* do setor criativo (MELEIRO; FONSECA, 2012, p.255).

A criação da SEC tem ajudado ainda a expandir discussões e políticas relacionadas à economia criativa por todo o território nacional, em nível local e regional.

Apesar de mais de uma década de debate e de sua centralização a partir da SEC, o que se percebe ainda hoje é que as visões sobre os significados, as potencialidades e as demandas geradas em torno da construção de projetos públicos e privados pautados nas noções de indústrias, cidades e polos criativos ou, simplesmente, de economia criativa, são bastante díspares⁴, e cada vez mais abrangentes, o que gera o risco de esvaziar o conceito ao tentar fazer com que nele tudo caiba. A miscelânea muitas vezes presente na definição dos setores criativos, embora politicamente útil, torna tal definição de pouco sentido em termos acadêmicos quando equipara setores com realidades tão diversas - um mesmo conceito para tratar grandes conglomerados competindo internacionalmente e micro e pequenos produtores independentes.

Um primeiro ponto em que a confusão de sentidos fica clara diz respeito ao tratamento dos dados sobre os setores envolvidos. Cada estudo usa diversas metodologias e categorizações dos setores criativos e certas informações são escassas (como, por exemplo, referentes aos trabalhadores informais), o que gera dificuldades para se concluir qual a sua verdadeira dimensão na economia do país (GAMA, 2012). O estudo da Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro (FIRJAN, 2011), utilizado como fonte de dados no Plano da SEC,

⁴Como afirma Alves (2013, p.13) “as escolhas teórico-conceituais e o tratamento discursivo do tema obedecem a valores e interesses distintos e, por vezes, antinômicos”. Já Corazza (2013, p.229) observa que, “em parte, essa disparidade reflete concepções distintas da própria noção de criatividade – se é associada ao indivíduo ou se diz respeito a aspectos coletivos da partilha de conhecimentos dentro de cadeias complexas de produção. Em parte, a contenda vincula-se a concepções distintas sobre o que deve ser objeto das *policies*, quando o intento deixa de ser estritamente os objetivos tradicionais das políticas culturais e passam a abranger questões como o estímulo a setores industriais, a geração de emprego, renda e de exportações. Essas disparidades conceituais importam especialmente porque os conceitos estão na base das estimativas de crescimento, as quais, por sua vez, fundamentam as propostas de ações fomentadoras dos setores identificados como mais promissores”.

possui uma classificação de setores que diverge da estabelecida no próprio plano⁵, que, por sua vez, também difere da classificação proposta pela Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD, 2010).

Um segundo ponto é a equiparação entre as noções de Economia da Cultura, indústrias culturais e indústrias/economia criativa, seja pela utilização indistinta dos termos ou pela substituição gradual do primeiro pelo segundo, dentro da evolução de uma mesma política – o que em menor ou maior grau pode ser percebido nos discursos do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES), do Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (SEBRAE) e do próprio MinC. Nesse caso, cabe perguntar o propósito e as consequências práticas dessa substituição⁶.

Outra divergência perceptível é em relação à ênfase nos tipos de políticas adequados à promoção de uma economia criativa. A analista Lídia Goldenstein (2010; 2014), por exemplo, encara como um equívoco a associação exclusiva da economia criativa à política cultural ou a políticas sociais voltadas à inclusão de populações de baixa renda ou grupos culturais populares (um dos aspectos tidos como fundamentais pela SEC/MinC), enfatizando a importância de sua dimensão macroeconômica, em termos de ganhos de competitividade, valorização dos setores de alta tecnologia, etc. O atual secretário da SEC, Marcos André Rodrigues de Carvalho, por sua vez, defende as políticas do MinC como uma forma de preservação da diversidade cultural do país, matéria-prima que repercutiria de forma ampla em termos de inovação, geração de conteúdo e serviços (CARVALHO, 2014).

Finalmente, uma parte substantiva do debate, que trata da dimensão local da economia criativa e enfatiza principalmente o termo “cidade criativa”, constrói-se a partir de uma questão anterior à adoção dessa terminologia, que envolve a degradação de grandes centros urbanos e a necessidade destes centros de competir entre si – bem como as propostas de reação a tais problemas baseadas nas noções de *marketing* urbano e de construção da imagem das cidades (SANCHEZ, 1999). Essa inserção explica, ao menos em parte, o especial

⁵ Que, segundo fala (durante banca de defesa de dissertação, no CEDEPLAR, dia 12 de fevereiro de 2015) da ex-secretária Cláudia Leitão, acompanhou os setores presentes no Conselho Nacional de Política Cultural (CNPC).

⁶ Essa afirmativa se baseia na comparação entre dois Termos de Referência do SEBRAE (2007, 2012), na revisão recente feita pelo BNDES com relação ao PROCULT (BNDES, 2013) e na comparação entre as políticas do MinC durante o governo Lula (PORTA, [2008]) e Dilma (BRASIL, 2011).

interesse do Rio de Janeiro e de São Paulo pelo tema e a inserção no debate de urbanistas como Jaime Lerner (2011).

Entre São Paulo e Rio, por exemplo, há uma luta silenciosa, que consiste em conquistar e afirmar a marca da cidade criativa brasileira. Ambas buscam reunir subsídios (investimentos, estudos, indicadores, congressos, políticas, planejamento, ações e apoio) que lhes permitam não só atrair investimentos por conta as suas atividades criativas (carnaval, música e cinema, no Rio; publicidade, gastronomia e moda, em São Paulo) como também, mediante essas mesmas atividades criativas, difundir a ideia-valor de centro criativo nacional (ALVES; SOUZA, 2012, p.152).

O fato é que, ao tentar acomodar o tema a seus respectivos interesses político-econômicos e missões, cada instituição ou especialista constrói o seu próprio conceito, o que dificulta a formulação de políticas públicas direcionadas à economia criativa. Devido ao próprio contexto em volta do qual se estrutura, (de articulação entre diferentes agentes públicos e privados, locais e nacionais), o conflito e a necessidade de acomodação de interesses abre as premissas para contradições entre objetivos e entre prioridades.

Esta confusão de sentidos serve de motivação para um dos objetivos centrais desse trabalho, que é o de buscar nas origens históricas do tema (que praticamente nasce na esfera das políticas públicas), no contexto em torno do qual surge (da chamada Sociedade da Informação), bem como em algumas das principais referências da literatura internacional sobre o assunto, material para a construção de uma compreensão mais sistemática e minimamente crítica sobre os significados da economia criativa.

Neste exercício, duas aplicações fundamentais são analisadas. Uma que parte da relação entre arte, indústrias culturais e renovação tecnológica na transição de políticas culturais baseadas na subvenção para políticas culturais voltadas à geração de riqueza, disto derivando a necessária ênfase na propriedade intelectual e na produção de “bens funcionais” (na moda, publicidade, arquitetura). Outra que gira em torno das questões urbanas, passando pelos conceitos de classe criativa e de *clusters* criativos, chegando, finalmente, ao de cidades criativas.

Contudo, é imprescindível notar que este histórico e esta literatura, embora essenciais para a compreensão do tema por serem a fonte original a partir da qual a discussão no Brasil toma forma, não é suficiente para compreender os sentidos que a economia criativa ganha depois que aqui chega. Isso porque, ao se transplantar de contextos outros para o das economias periféricas e receber, então, a qualificação de estratégia de desenvolvimento para estes países

(baseada no argumento de que a criatividade seria um recurso abundante, gerando uma oportunidade nova e potencialmente eficiente de geração de riquezas), suas categorias sofrem influência das particularidades socioeconômicas, culturais e políticas, a partir das quais passam a ser pensadas – e de toda uma herança interna de reflexão sobre tais particularidades. Tal adaptação influencia, inclusive, a forma como a questão se pauta dentro dos organismos multilaterais (embora a influência em sentido oposto seja mais significativa). Colocam-se, então, questões relativas ao potencial da economia criativa em termos de redução de desigualdades e construção da cidadania, sua ligação com setores informais, com culturas tradicionais, etc.

O que se percebe nesse caso é que, tanto quanto a concepção de economia criativa, a própria compreensão sobre o sentido de desenvolvimento não é unânime, adotando variados contornos. Especificamente no Brasil, o debate sobre economia criativa tem buscado dialogar com ideias formuladas pelo economista e ex-ministro da cultura Celso Furtado⁷ nas décadas de 1970 e 1980. É o que se percebe, por exemplo, em umas das primeiras ações da SEC após sua criação, qual seja, a realização da série de “Colóquios Celso Furtado: cultura e desenvolvimento”, entre 2012 e 2013, e nas referências ao autor no próprio Plano da Secretaria.

Assim, essa especificidade do caso brasileiro motiva um segundo objetivo perseguido neste trabalho, de entender até que ponto seria possível pensar em uma conceituação original sobre economia criativa para o Brasil, uma vez que o conceito já carrega em seu bojo uma série de significados outros que podem se mostrar inconciliáveis com um projeto de desenvolvimento pensado a partir do ponto de vista da periferia.

Subjacente a esses dois objetivos específicos, aponta-se um questionamento sobre o papel da Ciência Econômica na construção de um pensamento sobre cultura, ao se pensar de que maneira essa aproximação tem sido feita ao longo do tempo e qual o potencial da cultura em se estabelecer como elemento capaz de afetar os pressupostos e instrumentos sobre os quais os modelos econômicos teóricos se alicerçam.

⁷Celso Furtado foi o autor acadêmico brasileiro mais divulgado do século XX, circulando desde muito jovem entre os espaços de discussão sobre desenvolvimento. Sua reflexão intelectual é marcada desde o início pela busca de entendimento sobre as características específicas e os processos subjacentes dos países subdesenvolvidos, não abarcadas pela teoria econômica convencional, através de uma estratégia metodológica particular que ficou conhecida como método histórico-estrutural.

Ao se debruçar sobre os diversos sentidos atribuídos a palavra cultura em diferentes estudos dentro das ciências sociais, é possível perceber que um dos seus significados se relaciona à distinção entre a natureza e o humano, inclusive pela sua capacidade criativa. Entretanto, a Ciência Econômica, enquanto uma ciência que se molda diretamente pela interação homem/natureza, através do trabalho, e pelos valores gerados a partir dessa relação, ignorou por longo tempo a cultura como uma dimensão de análise. Quando finalmente a apreende, a partir da segunda metade do século XX, o faz abstendo-se de seus significados mais complexos e reduzindo seu sentido à arte.

Dito isso, importa perceber também em que medida a Ciência Econômica busca moldar os domínios da cultura com base em parâmetros de objetividade, quantificação, racionalidade e utilidade (MIGUEZ; MACHADO, 2010; SILVA, 2007, p.11). Para a Economia da Cultura, a produção e consumo artístico-cultural são considerados especificamente em sua dimensão econômica, apoiando-se no seu ferramental de análise para a construção de hipóteses, modelos e testes empíricos – visão que cada vez mais passa a influenciar as formulações de políticas públicas voltadas para a arte e a cultura.

Economia criativa, contudo, como se pretende mostrar, não é sinônimo de Economia da Cultura. A primeira, campo novo e em constituição, insere-se como uma das possíveis mediações das fricções entre a economia e a cultura enquanto campos que se polarizam, tomando a noção de criatividade como um “significante privilegiado” (ISAR, 2008, p.80) e moldando a forma como essa relação entre cultura e economia é encarada por governos, empresas, organizações não governamentais (ONGs), bancos, organismos multilaterais, artistas, etc. Mediação que também é feita pela própria noção de desenvolvimento – pelo menos desde a metade dos anos 1970 –, o que favorece a inserção destas novas categorias ao debate desenvolvimentista. Cabe então a pergunta: o que significa falar em economia criativa como estratégia de desenvolvimento? Algumas respostas e reflexões referentes a essa pergunta é o que se propõe desenvolver nas páginas que se seguem.

A dissertação está organizada em três capítulos, além dessa introdução e das considerações finais. O primeiro inicia com uma sucinta revisão sobre a evolução do sentido da palavra cultura, buscando, contudo, se abster da procura por uma definição única e precisa, salientando, ao invés disso, a necessidade de explorar as oportunidades cognitivas presentes

em sua multiplicidade de sentidos. O capítulo passa então a tratar da inserção da cultura na Ciência Econômica, enfatizando o surgimento do campo, relativamente recente, da Economia da Cultura. Por fim, o capítulo parte para a relação entre a economia e a cultura no contexto prático das políticas públicas culturais, as quais vêm sofrendo crescente influência de avaliações econômicas. Ao mesmo tempo, as políticas culturais buscam expandir o sentido de cultura do qual partem e os papéis que lhe cabem, sendo vistas, cada vez mais, como fundamentais para um projeto de desenvolvimento, não só em sua dimensão cultural, como nas dimensões econômica e social. O histórico das políticas culturais brasileiras serve, então, de ilustração desse processo, ao mesmo tempo em que ressalta as peculiaridades nacionais, abrindo os caminhos para a compreensão do momento em que a discussão sobre economia criativa se insere no país.

O capítulo seguinte trata da temática da economia criativa em si. A primeira seção descreve o contexto na qual esta se insere. Este envolve a soma de processos e interpretações que vão desde o cenário mais amplo moldado pelo neoliberalismo até aspectos mais específicos dentro deste cenário, como a revolução tecnológica em torno das Tecnologias de Informação e Comunicação (TICs), o empreendedorismo urbano e a culturalização da economia. A segunda seção trata dos conceitos, suas origens históricas e algumas de suas aplicações ou formas de interpretações mais comuns.

O último capítulo enfatiza a discussão sobre a relação entre cultura e desenvolvimento, tendo como foco a economia criativa. Inicia-se com a evolução do sentido de desenvolvimento e o processo de inserção da cultura na problematização desse sentido. A seção seguinte trata da economia criativa como estratégia de desenvolvimento para os países periféricos, analisando as demandas que essa estratégia gera para esses países e a necessidade de adaptação dos conceitos para que sirvam às suas especificidades. Passa-se então ao caso brasileiro, com o reconhecimento dos agentes envolvidos em práticas em torno da ideia de economia criativa no país, para chegar, finalmente, a uma discussão sobre as possibilidades e os perigos que envolvem a construção de um sentido genuinamente brasileiro para a economia criativa, tendo como embasamento o pensamento de Celso Furtado. Por fim, são tecidas algumas considerações finais sem pretensões conclusivas.

2 ECONOMIA E CULTURA EM APROXIMAÇÃO

O presente interesse pela relação entre economia e cultura acompanha uma tendência dentro da Ciência Econômica de tentar trazer a cultura da periferia para o centro dos debates, embora este ainda seja um pensamento marginal. Identificar, a partir da teoria econômica, alguns pontos importantes dessa interseção entre dois campos tão abrangentes é o objetivo deste primeiro capítulo.

Parte-se da premissa de que o significado do termo economia é algo adequadamente compreendido pelos economistas, embora as maneiras de entender e lidar com o “problema econômico” sejam diversas e conflitantes (LESSA, 1972). De forma bastante genérica é possível dizer que se trata de uma dimensão da vida em sociedade que abrange o modo como se organiza a produção, circulação e consumo de bens e serviços, por meio de relações que se dão tanto nas esferas privadas dos mercados e doméstica, quanto na esfera pública.

Por outro lado, falar em cultura é algo que pede um pouco mais de cautela, principalmente no caso dos economistas. Isto porque a teoria econômica, em particular a economia neoclássica, em sua análise formal, tende a desconsiderar o ambiente cultural⁸ no qual os agentes econômicos estão inseridos em seus modelos de maximização de utilidade e em sua defesa do equilíbrio de mercado.

A primeira seção deste capítulo, portanto, busca esclarecer minimamente o que se pretende definir como cultura, sem a pretensão de esgotar a compreensão do termo⁹. Enfatiza, sobretudo, a importância de se considerar seus sentidos de forma conectada, enquanto diferentes níveis de uma mesma realidade. É partindo dessa visão que, por exemplo, pode-se dizer que uma obra de arte, algo que definimos como um bem *cultural*, tanto é esclarecedora sobre o modo de vida (outro sentido para *cultura*) do contexto social específico em que se insere, como também é capaz de revelar dimensões do humano, em termos abstratos, em sua relação *cultural* com a natureza.

⁸Throsby (2001, p.8) destaca que, embora o desconsidere, a teoria econômica parte de valores provenientes de certo contexto cultural, como demonstram análises de autores como Derrida e Foucault. Por outro lado, alguns teóricos consideram que este ambiente cultural estaria implícito nas considerações do modelo neoclássico.

⁹ A discussão sobre o significado de cultura apresentada tem por base, principalmente, a leitura de Eagleton (2011).

Todos estes sentidos são, portanto, essenciais para se pensar a relação entre o binômio economia e cultura. É possível identificar que em cada objeto cultural ou expressão artística se estabeleçam relações econômicas, seja no modo de organização de sua produção (artesanal ou industrial, em pequena ou larga escala, etc.), nos meios de distribuição (via mercado, doação, escambo, etc.) e de consumo (individual ou coletivo, havendo ou não rivalidade e exclusividade, tendo como finalidade o prazer, uma necessidade ou uma forma de obter status). Do mesmo modo, relações econômicas determinam e são determinadas pela cultura enquanto modo de vida, permitindo-nos falar, por exemplo, em cultura capitalista tanto quanto em sistema econômico capitalista. De outro ângulo, nota-se ainda como a produção cultural, através da mídia, atua no sentido de reafirmar e fortalecer determinada organização econômica.

Diante deste panorama é possível notar que compreender a relação entre cultura e economia não é algo trivial, demandando um esforço de pesquisa que ultrapassa em muito as pretensões deste trabalho. O esforço aqui se limita a buscar algum entendimento partindo-se do que a Ciência Econômica, ainda timidamente, começa a identificar como alguns dos pontos dessa interseção, mais especificamente no campo da Economia da Cultura. Grosso modo, pode-se dizer que a Economia da Cultura se concentra basicamente no sentido mais restrito de conjunto de bens e serviços culturais, tratando a cultura como um setor específico da economia¹⁰, conforme sumariamente apresentado na segunda parte do capítulo.

Outro fator que limita o escopo da discussão apresentada neste primeiro capítulo é o objetivo mais específico para o qual este trabalho se encaminha nos capítulos que se seguem: discutir o papel das indústrias criativas ou, de forma mais ampla, da economia criativa como uma dimensão estratégica para a promoção do desenvolvimento, especialmente no contexto das economias periféricas. Sendo assim, o capítulo encerra-se, finalmente, na terceira parte, com uma discussão sobre as políticas públicas de cultura.

Além da identificação de especificidades nas características dos mercados nos setores culturais, uma das principais finalidades da Economia da Cultura é dar suporte a implementação de ações de proteção e incentivo a esse tipo de produção, principalmente via políticas públicas. Além disso, o modo como a produção cultural passa a ser incorporada de

¹⁰Apesar dos esforços de alguns autores, como David Throsby (2001), de tentar ampliar as discussões para abarcar outras noções.

forma instrumental como um elemento importante para o desenvolvimento pela possibilidade de geração de renda e emprego, gera um diálogo cada vez maior entre as pastas do desenvolvimento e da cultura na definição de políticas. É especialmente importante, portanto, compreender o entendimento sobre cultura presente nos órgãos públicos responsáveis pelas políticas culturais e como este entendimento começa a criar espaço tanto para a absorção da ideia de economia criativa, quanto para um diálogo com as políticas de desenvolvimento, o que será brevemente ilustrado pela evolução das políticas culturais no Brasil.

2.1 Sobre o conceito de cultura

O termo cultura, em sua origem etimológica, foi primeiramente aplicado à agricultura, lavoura, com o sentido de cultivo à terra. Já nesse caso é possível perceber o caráter ambíguo da palavra, implicando, ao mesmo tempo, um “cuidar ativo” e uma tendência ao crescimento natural, como partes de um mesmo processo. É neste sentido que Eagleton (2011, p.11) argumenta que o termo carrega em si “questões de liberdade e determinismo, o fazer e o sofrer, mudança e identidade, o dado e o criado”.

A partir do século XVI, a palavra cultura foi apropriada, por metáfora, para designar um processo de desenvolvimento humano, uma faculdade (CUCHE, 2002, p.19), passando de um sentido material para um espiritual, primeiramente aprisionado a adjetivações – *culture of minds* – e, posteriormente, como uma “abstração em si mesma” (EAGLETON, 2011, p.10), o que se torna o seu sentido principal a partir do século XVIII (WILLIAMS, 1985, p.88).

Embora, em sua origem, cultura faça referência a um processo diretamente ligado à natureza, em seu desenvolvimento posterior ganha um sentido de contraposição a esta, realçando a diferença entre o ser e o meio (enquanto “natureza” passa a ideia de continuidade entre ambos) (EAGLETON, 2011, p.15), como um caráter distintivo da espécie humana (CUCHE, 2002, p.20). Esta contraposição parece separar a dualidade liberdade/determinismo quando compreende-se cultura como “aquilo que os seres humanos podem fazer” em oposição à natureza como “aquilo a que devem obedecer” (BAUMAN, 2012, p.12). É a partir da distinção mundo humano/mundo natural que Bauman (2012) define o que seria o significado genérico do termo cultura. Neste sentido, cultura se relaciona aos atributos que unificam a espécie humana e a distingue de tudo o mais, estabelecendo as fronteiras do humano. É, portanto, “característica universal de todos os homens e apenas destes” baseando-se na

“habilidade específica da mente humana de ser intencional, ativa e criativa” (BAUMAN, 2012, p. 134).

Mas a relação cultura/natureza é complexa: “[...] se a natureza é sempre de alguma forma cultural, então as culturas são construídas com base no incessante tráfego com a natureza que chamamos de trabalho” (EAGLETON, 2011, p.12). Como destaca Williams (1985, p.91), a produção material e simbólica é, em geral, diretamente relacionada, e não contraposta. Cuche (2002, p.10) explica ainda que, mais que permitir ao homem adaptar-se ao meio natural, a cultura permite também “adaptar este meio ao próprio homem, a suas necessidades e seus projetos”.

Para além dessas primeiras apreensões gerais feitas a partir de sua origem etimológica, o termo cultura apresentou, no decorrer de sua apropriação por diferentes grupos com distintos interesses, significados específicos diversos. Em Williams (1985), podemos encontrar, além da referência a um processo físico-natural, três categorias:

(i) the independent and abstract noun which describes a general process of intellectual, spiritual and aesthetic development, from C18; (ii) the independent noun, whether used generally or specifically, which indicates a particular way of life, whether of a people, a period, a group, or humanity in general, from Herder and Klemm. But we have also to recognize (iii) the independent and abstract noun which describes the works and practices of intellectual and especially artistic activity. This seems often now the most widespread use: **culture** is music, literature, painting and sculpture, theatre and film (WILLIAMS, 1985, p.90, grifo do autor).¹¹

A primeira definição colocada pelo autor trata de uma noção “progressiva” de cultura como um esforço consciente na busca de um ideal humano intelectual, espiritual e estético. Torna-se evidente nesta noção a “oposição entre formas de cultura ‘requintadas’ e ‘grosseiras’, assim como a ponte educacional entre elas” (BAUMAN, 2012, p.130), que evolui de uma distinção entre indivíduos (como cultos, civilizados) para a hierarquização das diferentes sociedades - equiparando-se cultura ao sentido de civilização, fortemente vinculado aos ideais iluministas franceses (EAGLETON, 2011, p.20). Sendo, neste caso, sempre empregada no singular, refletindo “o universalismo e o humanismo dos filósofos” (CUCHE, 2002, p.21).

¹¹ “(i) um substantivo independente e abstrato que descreve um processo geral de desenvolvimento intelectual, espiritual e estético, oriundo do século XVIII; (ii) um substantivo independente, usado de forma geral ou específico, que indica um modo de vida particular, seja de um povo, um período, um grupo ou da humanidade no geral, oriundo de Herder e Klemm. Mas nós também temos que reconhecer (iii) como substantivo independente e abstrato que descreve os trabalhos e as práticas das atividades intelectuais e, especialmente, artísticas. Esse parece ser hoje o mais difundido uso: **cultura** é música, literatura, pintura e escultura, teatro e cinema” (tradução nossa).

Porém, segundo Eagleton (2011), à medida que o avanço do capitalismo distancia cada vez mais a noção de civilização como valor da percepção da civilização como fato, uma nova apropriação do termo cultura, desta vez pelo pensamento alemão, se estabelece como uma crítica da civilização de fato. Os pensadores alemães relacionam à cultura “tudo que é autêntico e que contribui para o enriquecimento intelectual e espiritual” ao passo que, “ao contrário, o que é somente aparência brilhante, leviandade, refinamento superficial, pertence à civilização” (CUCHE, 2002, p.25). A partir do século XIX, estes valores passam a ser identificados como características de toda a nação alemã, tratando-se então de uma noção particularista, em oposição ao sentido universalista francês. “A cultura aparece como um conjunto de conquistas artísticas, intelectuais e morais que constituem o patrimônio de uma nação, considerado como adquirido definitivamente e fundador de sua unidade” (CUCHE, 2002, p.28).

É, portanto, a partir do idealismo alemão que “a cultura assume algo do seu significado moderno de modo de vida característico” (EAGLETON, 2011, p.23), o que representa, por um lado, uma guinada anticolonialista e contra o eurocentrismo e, ao mesmo tempo, uma aclamação ao exotismo. O termo cultura se pluraliza, passando a designar a segunda definição posta por Williams (1985), para explicar as diferenças visíveis inter e intranações, ou, como coloca Bauman (2012, p.103), entre comunidades discriminadas temporal, ecológica ou socialmente, o que se convencionou denominar sentido antropológico¹² do termo. A cultura dá um passo em direção ao reconhecimento do “outro” e contra a ideia então muito marcante de que haveria uma diferença simplesmente de grau de avanço entre as sociedades primitivas e as “civilizadas” como acreditava Tylor, o fundador da antropologia britânica (CUCHE, 2002, p.38)¹³.

¹² O próprio termo “antropologia”, segundo Williams (1985, p.38), relaciona-se à ideia de culturas plurais (modos de vida), em contraposição à ideia de estágios de desenvolvimento (por trás do sentido de civilização europeia). Embora a ideia de estágios de desenvolvimento (primitivamente selvagem) tenha influenciado os estudos antropológicos das “culturas primitivas” (tendo esta uma perspectiva desenvolvimentista ou não) no qual o campo relativamente se especializou.

¹³ Com o avanço dos estudos antropológicos e sociológicos sobre a cultura, dois conceitos fundamentais ajudam a complexificar o entendimento de cultura enquanto modo de vida. O primeiro deles é o conceito de aculturação, que permite compreender que as culturas não são estranhas umas às outras e que, portanto, “nenhuma cultura existe em ‘estado puro’, sempre igual a si mesma, sem ter jamais sofrido a mínima influência externa” (CUCHE, 2002, p.136). O outro é o conceito de subcultura, indicando uma distinção cultural relativa em uma mesma sociedade, seja em termos de classe, de etnia, etc., o que permite falar, por exemplo, em “cultura popular”, “cultura burguesa” ou “cultura dos imigrantes”.

Pensar as “culturas” como modos de vida coloca em questão quais processos representam ou não a caracterização cultural de uma dada coletividade. Como colocado por Eagleton (2011, p.55), quando de definição demasiado ampla, esta torna-se sinônimo de social. Sendo assim, seria preciso estabelecer a distinção gradativa entre práticas “significativas” e aquelas que têm sua significância dissolvida no funcional, ou seja, entre o significante e o necessário¹⁴. Na definição de Hesmondhalgh (2002, p.12), cultura seria “*the signifying system through which necessarily (though among other means) a social order is communicated, reproduced, experienced and explored*”¹⁵. Neste caso, a cultura pode ser entendida não apenas como um conjunto de conhecimentos tácitos e diretrizes práticas, mas como “tudo o que for supérfluo com relação às exigências materiais de uma sociedade” (EAGLETON, 2011, p.58), ou, nas palavras de Hullot-Kentor (2008), tudo aquilo que é mais do que a “autopreservação”. Mas é difícil definir o supérfluo e, assim, a imposição de uma restrição extrema vai ao encontro do terceiro sentido de Williams (1985).

Contudo, este terceiro significado, mais tardio, representa a transferência do primeiro sentido para os trabalhos e práticas que o sustentam. Ou seja, a arte como a representação prática do desenvolvimento humano intelectual, espiritual e estético. É neste sentido que fica mais explícito o caráter simbólico e sensível de cultura de que fala Cuche (2002, p.11), uma vez que, na arte, a dimensão estética se isolaria de alguma maneira da dimensão funcional.

Assim, a evolução desse terceiro sentido de cultura acompanha o desenvolvimento do significado do termo arte em si, que evolui de uma noção ampla capaz de incluir qualquer tipo de habilidade para um sentido especializado – *fine arts* – que, primeiro, distancia-se de habilidades manuais sem uma proposta intelectual, imaginativa ou criativa¹⁶. Posteriormente, distancia-se das ciências em geral, uma vez que estas passam a ter um caráter cada vez mais instrumental em um processo que acompanha o desenvolvimento da produção capitalista de mercadorias. As artes (ou humanidades) seriam uma especialização defensiva de habilidades cuja intenção não seja determinada pela troca imediata, ao menos conceitualmente. Essa é a base para a diferenciação entre arte e indústria, entre *fine arts* e *useful arts* – esta última posteriormente associada ao termo tecnologia (WILLIAMS, 1985, p.42).

¹⁴Um exemplo do autor diz respeito ao ato de se alimentar: “Um sanduíche engolido às pressas difere [...] de uma refeição saboreada descansadamente no Ritz. Praticamente ninguém janta no Ritz só porque está com fome” (EAGLETON, 2011, p.54).

¹⁵ “o sistema significante através do qual necessariamente (apesar de entre outros meios) uma ordem social é comunicada, reproduzida, experimentada e explorada” (tradução nossa).

¹⁶Deriva-se disso o distanciamento entre os sentidos de arte e artesanato.

Por outro lado, como expressou Bourdieu (2007), é justamente essa especialização defensiva da arte no campo da estética “pura” - capaz de assimilar a separação entre forma e função - refletida na cultura legitimada, um dos meios mais importantes de distinção entre as diferentes classes sociais, ao demandar um determinado capital cultural para sua assimilação.

Além disso, essa distinção dificilmente se mantém intacta ao se reduzir o nível de abstração¹⁷:

[...] **art** and **artist** acquire ever more general (and more vague) associations, offering to express a general human (i.e. non-utilitarian) interest, even while, ironically, most **works of art** are effectively treated as commodities and most **artists**, even when they justly claim quite other intentions, are effectively treated as a category of independent craftsmen or skilled workers producing a certain kind of marginal commodity [...] (WILLIAMS, 1985, p.42, grifos do autor)¹⁸.

Esta indistinção se torna ainda mais patente - como fica claro na crítica dos frankfurtianos Adorno e Horkheimer ([1947]) - a partir do momento em que a produção artística ganha uma escala industrial, uma vez que,

a cultura [arte] deixou de ser uma ocorrência espontânea da condição humana, na qual se expressaram tradicionalmente, em termos estéticos, seus anseios e projeções mais recônditos, para se tornar mais um campo de exploração econômica, administrado de cima para baixo e voltado apenas para os objetivos [...] de produzir lucros e de garantir adesão ao sistema capitalista por parte do público (DUARTE, 2003, p.9)¹⁹.

Isso porque, como afirma Eagleton (2011, p.58), “uma vez que a produção cultural tenha se tornado parte da produção de mercadorias em geral, [fica mais difícil que nunca] dizer onde termina o reino da necessidade e começa o reino da liberdade”.²⁰ Este autor levanta uma possível interpretação dessa especialização do conceito de cultura em direção à arte como sinal de um desenrolar histórico no mínimo alarmante:

Sugere, em primeiro lugar, que a Ciência, a Filosofia, a Política e a Economia já não podem ser vistas como criativas ou imaginativas. Sugere também – olhando a coisa por seu lado mais desanimador – que valores “civilizados” só podem agora ser encontrados na fantasia. E isso é, claramente, um comentário mordaz a respeito da

¹⁷Entender o papel desse “divórcio” entre a arte, de uma lado, e a indústria e tecnologia, do outro, é fundamental para darmos conta das dificuldades encontradas nas tentativas de “reconciliação” de tais conceitos a partir das noções de indústrias culturais e indústrias criativas, sobre as quais trataremos à frente.

¹⁸ “[...] **arte** e **artista** adquirem ainda mais geral (e mais vagas) associações, oferecendo-se para expressar um interesse *humano* (i.e. não utilitário) geral, ainda que, ironicamente, a maior parte dos **trabalhos de arte** são efetivamente tratados como mercadorias e a maior parte dos **artistas**, mesmo quando eles legitimamente reivindicam outras intenções, são efetivamente tratados como uma categoria independente de *artesãos* e *trabalhadores qualificados* produzindo certo tipo de mercadoria marginal [...]” (tradução nossa).

¹⁹Embora, como será discutido no próximo capítulo, segundo Hesmondhalgh (2002, p.17), o campo das indústrias culturais seria muito mais um campo de luta e não de completa derrota a favor da razão instrumental e do capital.

²⁰Esse argumento de Eagleton (2011) ressalta um aspecto fundamental da relação entre cultura e economia – que aqui podemos entender como o reino da necessidade. Essa distinção necessidade/liberdade é fundamental para a discussão do papel da cultura na noção de desenvolvimento que apresentaremos mais a frente.

realidade social. Se a criatividade agora podia ser encontrada na arte, era porque não podia ser encontrada em nenhum outro lugar (EAGLETON, 2011, p.29)?

Para Eagleton (2011), na verdade, as três variantes do sentido de cultura – seja como crítica anticapitalista, seja como pluralização da noção de modo de vida ou, ainda, como gradual especialização às artes – representam, “de diferentes maneiras, reações ao fracasso da cultura como civilização real – como a grande narrativa do desenvolvimento humano” (EAGLETON, 2011, p.35). Estes sentidos alternativos, por sua vez, relacionam-se de modo dialético de tal forma que “sem mudança social, as artes e o ‘bem viver’ estão eles mesmos em perigo mortal; entretanto [...] as artes estão entre os lastimavelmente poucos instrumentos de tal transformação” (EAGLETON, 2011, p.35).

Os sentidos se mantêm em permanente conflito ao contrapor idiossincrasias a valores universais (que a arte de certa forma representa)²¹, ou, de outro modo, contrapondo cultura, por um lado, “como instrumento da rotinização e da continuidade” e, por outro lado, “como atividade do espírito que vaga livremente, o lócus da criatividade, da invenção, da autocrítica e da autotranscendência” (BAUMAN, 2012, p.22).

Fica patente o que Bauman (2012) – em concordância com Eagleton (2011, p.11) – coloca como a ambivalência do discurso da cultura, que perpassa todos os seus sentidos desde a origem do termo.

A ambiguidade que importa, a ambivalência produtora de sentido, o alicerce genuíno sobre o qual se assenta a utilidade cognitiva de se conceber o hábitat humano como o “mundo da cultura”, é entre “criatividade” e “regulação normativa”. As duas ideias não poderiam ser mais distintas, mas ambas estão presentes – e devem continuar – na ideia compósita de “cultura”, que significa tanto inventar quanto preservar; descontinuidade e prosseguimento; novidade e tradição; rotina e quebra de padrões; seguir as normas e transcendê-las; o ímpar e o regular; a mudança e a monotonia da reprodução; o inesperado e o previsível (BAUMAN, 2012, p.18).

Para a discussão que nos interessa a respeito da economia criativa importa entender que existe certa intenção, implícita na sua discussão, de conciliação entre os diversos sentidos de cultura, ou de um denominador comum destes sentidos, a partir do foco na criatividade, de modo a tornar a cultura um instrumento amplamente útil aos interesses econômicos estabelecidos, sejam eles a maximização pura e simples do lucro de uma empresa ou a busca pelo desenvolvimento. Assim, como afirma Eagleton (2011):

²¹Embora, para o pensamento socialista, a universalidade só faz sentido quando realizada no nível da especificidade individual - o que faz com que a cultura como valor universal e a cultura como forma de vida específica não sejam necessariamente antagonistas (EAGLETON, 2011, p.115).

[...] no mundo pós-moderno, a cultura e a vida social estão mais uma vez estreitamente aliadas, mas agora na forma da estética da mercadoria, da espetacularização da política, do consumismo do estilo de vida, da centralidade da imagem e da integração final da cultura dentro da produção de mercadorias em geral. A estética, originalmente um termo para a experiência perceptiva cotidiana e que só mais tarde se tornou especializado para a arte, tinha agora completado um círculo e retornado à sua origem mundana, assim como dois sentidos de cultura – as artes e a vida comum – tinham sido agora combinados no estilo, moda, propaganda, mídia e assim por diante (EAGLETON, 2011, p.48).

Não se pode negar a importância de compreender a cultura para além de um termo ambíguo, com diferentes sentidos específicos, ora extremamente amplos, ora excessivamente restritos. Essa diversidade é resultado, em grande parte, da incompatibilidade entre as linhas de pensamento que historicamente se apropriaram do termo, como tem sido feito quer pela Economia da Cultura, quer pela discussão sobre desenvolvimento (o que repercute no tratamento dado às políticas culturais, como poderá ser percebido na continuidade do capítulo). Se a economia criativa pode ser vista como uma tentativa de superação destes recortes, não encara, porém, a necessidade de lidar com a ideia de cultura de forma aberta, enfrentando seu paradoxo : “como pode a cultura ser ao mesmo tempo aquilo a cujo respeito não precisamos pensar e os frutos mais refinados de nossa consciência?” (EAGLETON, 2011, p.164). Não explora, ainda, as oportunidades cognitivas presentes na relação entre o desenvolvimento humano geral, um modo particular de vida e as práticas da arte e inteligência – ao invés de buscar, um tanto inutilmente, por um denominador comum.

2.2 A cultura para a Ciência Econômica

Cabe-se perguntar agora quando e como o conceito de cultura passa a ser uma referência importante para as Ciências Econômicas. Apesar dos avanços do capitalismo sobre as esferas da circulação e, posteriormente, também da produção de bens culturais entre os séculos XVIII e XIX (MIGUEZ; MACHADO, 2010), Goodwin (2006) demonstra que as referências na história do pensamento econômico à cultura, entendida basicamente como arte, são escassas e deixam clara a visão da grande parte dos economistas até metade do século XX de que este não era um fator que deveria estar incluído nas preocupações dos economistas. Seja por se tratar de uma forma de trabalho improdutivo e intangível, incapaz de influenciar diretamente a acumulação de capital e o crescimento econômico, como acreditava Adam Smith. Ou, como Thorstein Veblen, por entender que estariam entre as atividades desnecessárias e improdutivas daqueles preocupados com riqueza e poder, não contribuindo para ganhos reais de bem-estar. Seja ainda, por outro lado, por entender que a estética é uma experiência diferente da

satisfação proporcionada pelo consumo, não se aplicando, portanto, a princípios utilitaristas, como argumentava os membros do Grupo Bloomsbury.

Embora o reconhecimento de algumas externalidades positivas ligadas a arte tenham levado alguns nomes como Alfred Marshall a salientar a importância do desenvolvimento de habilidades artísticas inclusive para a eficiência industrial, grandes nomes como Adam Smith e John Maynard Keynes não acreditavam na necessidade de subsídio público específico para as artes. E à medida que a economia fortalece o seu status científico, reduz sua ênfase em qualquer tipo de exceção, especialmente quanto aos pressupostos de otimização e autointeresse, exigindo simplicidade e capacidade de generalização (GOODWIN, 2006, p.42).

É, portanto, somente na segunda metade do século XX que surge a Economia das Artes, precursora do que viria a ser a atual Economia da Cultura, a partir da demanda por uma explicação econômica para as crescentes dificuldades financeiras dos setores artísticos. Fortalece-se efetivamente à medida que os setores de produção artístico-culturais, ao contrário do que acreditavam os clássicos, demonstram uma importância produtiva e uma contribuição para o crescimento econômico cada vez mais significativas – uma vez já efetivamente inseridos na lógica capitalista de produção e distribuídos em escala global.

Diante deste cenário, mesmo autores que consideravam a arte uma exceção sobre a qual a Ciência Econômica não teria muito a dizer, como John Kenneth Galbraith (TOWSE, 2010, p.14) e Lionel Robbins, criaram a preocupação em construir a ponte entre arte e economia. Ao prever que as artes estariam destinadas a adquirir crescente importância econômica, Galbraith inaugura, na década de 1960, um seminário em Harvard sobre Economia da Arte (BENHAMOU, 2007, p.17). Já Robbins expôs toda a gama de argumentos neoclássicos para o apoio público das artes, a partir da noção de bem público e de formação de audiência. Pode-se, portanto, considerar estes dois economistas os principais precursores da Economia da Cultura (GOODWIN, 2006, p.58).

A aproximação entre cultura e economia pelo lado econômico, deparou-se desde o começo com grandes dificuldades, uma vez que a consideração do simbólico e do estético, para além do material e funcional, representa um esforço do qual, por muito tempo, os economistas se abstiveram. Embora não possam mais ignorar a cultura, ao menos no que diz respeito aos trabalhos e práticas que a representam e que possuem também uma dimensão econômica,

nunca chegam a encarar o significado da cultura em toda sua complexidade. Ao contrário, buscam sempre adaptar a dimensão cultural ao seu modo de racionalização.

2.2.1 Economia da Cultura

Para a Economia da Cultura, a produção e consumo artístico-cultural são considerados especificamente em sua dimensão econômica, apoiando-se no ferramental da análise econômica com a construção de hipóteses, modelos e testes empíricos. Sua grande referência é o pensamento ortodoxo em torno da teoria da escolha racional²², partindo do pressuposto de que os indivíduos agem de acordo com seu autointeresse (o que é expresso em termos de maximização de utilidade) e sofrem restrições impostas pelos custos, rendas e normas institucionais. Algumas referências da teoria econômica que são especialmente importantes para a Economia da Cultura são, por exemplo, a teoria dos bens públicos, o tratamento em relação às externalidades do consumo, o tratamento da incerteza e de problemas como de agente-principal e *rent-seeking*, tendo sofrido forte influência da *Public Choice Theory* (TOWSE, 2010, p.543) e da Economia do Bem-Estar. Estas referências são adaptadas às características específicas dos setores que produzem bens e serviços culturais, sobre as quais os economistas da cultura se debruçam. Outras referências, por exemplo, da Economia Industrial (principalmente relativas à teoria dos contratos e aos custos de transação), também são geralmente consideradas pela Economia da Cultura.

Os primeiros trabalhos relacionados diretamente ao campo da Economia da Cultura a princípio se limitavam as “artes” (BENHAMOU, 2007, p.18) no seu sentido mais restrito, o que incluía basicamente as artes do espetáculo (teatro, balé, concertos e shows) e as artes plásticas. O trabalho considerado o marco de origem da disciplina, *Performing Arts – The Economic Dilemma*, publicado por Baumol & Bowen (1966), trata especificamente da produção de espetáculos ao vivo, mas chama a atenção, implicitamente, para as especificidades do setor artístico, justificando assim a necessidade de analisá-lo mais a fundo.

Este primeiro estudo nasce da demanda do próprio setor de espetáculos da Broadway, que precisava conviver com fortes restrições orçamentárias em um momento em que o poder público restringia-lhes os subsídios. Trata-se de um estudo empírico sobre finanças, custos e preços no teatro, orquestras, ópera, balé; e também sobre o emprego nas artes performáticas

²² Embora, conforme explica Blaug (2001), nem sempre de maneira tão estrita quanto o modelo de Chicago, na linha de Stigler e Becker, mas sim em “termos gerais”.

nos EUA. Os autores aplicam a teoria do “*cost disease*”²³ desenvolvida pelo próprio Baumol, mas não advogam diretamente pelo subsídio às artes, embora essa tenha sido uma das principais conclusões dos intérpretes de seu estudo na época.

O interesse pela temática se amplia gradativamente entre os anos 1970 e 1980. Já em 1976 há uma publicação organizada por Mark Blaug intitulada *The Economics of the Arts*, uma reunião de artigos que foca principalmente nas questões relacionadas a políticas públicas e análise de custo-efetividade – especialmente na racionalização dos subsídios e na avaliação dos gastos públicos. Mas é com a primeira publicação do *Journal of Cultural Economics*, em 1977, pelo professor William Hendon²⁴, que a área começa a ganhar reconhecimento, o que se consolida de forma mais definitiva somente nos anos 1990 com o *survey* publicado por David Throsby no *Journal of Economic Literature*, em 1994.

Desde o seu surgimento, a Economia da Cultura se baseia principalmente na produção de trabalhos empíricos (BLAUG, 2001), que, com o passar do tempo, evoluem em direção a modelos econométricos cada vez mais sofisticados. De fato, ainda hoje, conforme análise realizada por Ginsburgh (2013) com relação aos artigos publicados no *Journal of Cultural Economics* de 2008 a 2011, a expressiva maioria ainda mantém-se como trabalhos fundamentalmente empíricos. Estes trabalhos precisam lidar constantemente com problemas de escassez de dados e dificuldade de mensuração de certas variáveis, um problema que, embora recorrente na Ciência Econômica, é especialmente difícil no campo dos setores culturais.

Uma distinção importante do início dos anos 1960 para a situação atual, conforme salienta Blaug (2001), foi o alargamento dos domínios dos fenômenos artístico-culturais abordados pela Economia da Cultura, mais que avanços analíticos ou empíricos. Embora seu núcleo continue sendo as artes tradicionalmente reconhecidas, seus interesses se expandem primeiramente para desdobramentos como a Economia de Museus e do Patrimônio e, posteriormente, para a produção industrial de bens culturais (audiovisual, radiodifusão,

²³Uma inflação irremediável de custos associada ao *gap* em termos de absorção tecnológica na comparação entre as artes performáticas e os demais mercados – tese com pouca sustentação empírica de fato. Visões mais recentes ponderam que a tese desconsidera a própria transformação da arte em si ao longo do tempo (BLAUG, 2001).

²⁴Também fundador da *Association for Cultural Economics International* (ACEI), em 1973, e responsável pela primeira Conferência Internacional sobre Economia da Cultura, em Edimburgo, em 1979 (de acordo com o site da ACEI). Disponível em: <<http://www.culturaleconomics.org/history.html>>. Acesso em: 26 out. 2013.

editorial e, mais recentemente, os multimídia). Ainda mais recente é a inclusão de temas como o comércio internacional de bens culturais, as discussões sobre *copyright*, a temática das indústrias criativas e o debate sobre sustentabilidade cultural. Segundo Towse (2010, p.16), essa gradual expansão teria justificado a preferência pelo termo *Cultural Economics* em detrimento de *Economics of the Arts*²⁵.

A adesão ao termo cultura, dada a dificuldade de delimitação do seu sentido, abre margem para uma discussão fundamental em relação à definição do objeto desse campo de estudo até hoje não resolvida²⁶ (GINSBURGH, 2013). O que seriam bens e serviços culturais? Estes podem ser identificados pelo predomínio de uma função simbólica em detrimento de uma função utilitária, como sugerem Hesmondhalgh e Pratt (2005)? O que impossibilitaria, por exemplo, classificar como culturais atividades como idas a restaurantes ou mesmo visita aos amigos, como sugere Benhamou (2007, p. 22)?

Para Throsby (2001, p.4) classificam-se como culturais produtos, serviços e manifestações que, em geral, demandam criatividade (inovação artística) na sua produção; possuem um significado simbólico - sendo, portanto, capazes de estabelecer algum tipo de comunicação entre os que criam e os que consomem; e que podem ser considerados propriedade intelectual de seu(s) criador(es), mesmo quando este não é um direito garantido por lei. Essa definição constitui, portanto, um inventário instável, que inclui as artes tradicionais e mais um conjunto de atividades não facilmente qualificáveis, como publicidade, jornalismo, desenho, festivais, televisão, etc. Porém, segundo o mesmo autor, essa definição pode não ser suficiente para a especificação dos bens culturais enquanto uma classe distinta de bens, sendo necessário recorrer à noção de “valor cultural” – uma combinação de valores estético, espiritual, social, histórico, simbólico e de autenticidade – que não se expressa totalmente em termos monetários e não se revela, necessariamente, pela via do mercado, seja este real ou contingente (THROSBY, 2001, p.29).

Benhamou (2007) concorda com a ideia de que o elemento central em comum entre estas diferentes atividades seria a presença no início da cadeia produtiva do “trabalho de um criador, elemento central na formação de valor” (BENHAMOU, 2007, p.19). Uma das

²⁵Além da utilização do termo *Cultural Economics* servir como um paralelo à Sociologia da Cultura (*Cultural Sociology*).

²⁶E que se torna ainda mais complexo a partir da introdução das noções de indústria criativa e economia criativa no final da década de 1990.

dificuldades de análise da esfera da produção cultural está justamente atrelada à necessidade de lidar com condições efêmeras e não quantificáveis com relação às características desse criador – o artista – tais como sorte, inspiração, imaginação ou criatividade (THROSBY, 2006, p.8). A importância do papel do artista, porém, cria mais um impasse quanto à identificação das atividades culturais e seu peso, por exemplo, para uma economia local, uma vez que a definição do que seriam os trabalhadores culturais pode relacionar-se tanto àqueles empregados nos setores culturais (mesmo exercendo atividades que não envolvam habilidades artísticas) quanto aos que se ocupam de atividades criativas ou artísticas (mesmo que a serviço de outros setores que não os culturais) (MARKUSEN *et al.*, 2008).

Em resumo, o que se percebe é que as distinções entre uma produção cultural e não cultural é porosa e instável no tempo. Essas características gerais, portanto, não são suficientes para definir do que exatamente se trata ao falar em bens e serviços culturais. Da definição restrita às *fine arts* até a definição bastante abrangente e hierárquica colocada por Throsby (2001) há um núcleo básico sobre o qual a maioria das pesquisas está de acordo, mas, em termos gerais, “a definição das atividades culturais varia segundo os usos nacionais e de acordo com a ideia que delas fazem os responsáveis pelas pesquisas” (BENHAMOU, 2007, p.23). Ou seja, a decisão final é política na medida em que privilegia a inclusão de segmentos que oferecem alguma vantagem comparativa. Esta variabilidade tem consequência direta nas estatísticas apresentadas, dificultando as possibilidades de análises comparativas entre diferentes estudos. Na prática, os governos têm considerado uma abordagem amplamente inclusiva com vistas a superestimar a significância econômica do setor (HESMONDHALGH; PRATT, 2005). De fato, tais conclusões são exatamente as mesmas quando se deixa de utilizar o termo setores culturais e recorre-se ao termo setores criativos.

Os constantes avanços nas TICs acrescentam outros pontos ao debate. Cowen (2008) argumenta que mais mudanças haviam ocorrido na economia da cultura nos cinco anos anteriores ao que ele escrevia que em qualquer outro momento, graças ao surgimento de novas tecnologias como o *facebook* (pelo potencial de conexão entre pessoas e a velocidade de circulação e consumo de conteúdos culturais), *smatphones* (pessoas portando em seus bolsos um imenso potencial de leituras, músicas e vídeos e consumindo esse conteúdo em qualquer lugar e contexto), a Wikipédia, a “bloguesfera”, etc.

As limitações encontradas pelo campo da Economia da Cultura, porém, o torna especialmente interessante. O efeito gerado pela introdução do termo cultura na análise econômica e as dificuldades de apreendê-lo quando se tenta limitá-lo a um simples setor econômico é justamente o que estimula os avanços no campo, ao levá-lo a questionar sempre as possibilidades de compreensão de um pensamento puramente economicista. É neste sentido que, nas palavras de Benhamou (2007, p.184) “a economia da cultura não é tanto uma subdisciplina nova quanto um campo fecundo de reflexões sobre as fronteiras da Ciência Econômica e sobre a legitimidade de atravessá-las”.

A dificuldade da Economia da Cultura não está simplesmente na delimitação do seu objeto, a partir de uma definição de bens e serviços culturais, mas sim na necessidade de realizar um “esforço de abertura crítica” (LESSA, 1972), principalmente para entender a produção cultural no seu sentido mais restrito em conexão com a construção da cultura em seus sentidos mais abrangentes (e com outras dimensões sociais importantes). Este esforço importa para não ignorar a existência de questionamentos insolúveis se restritos aos conceitos do *economics*.

É reconhecido que, cada vez mais, uma parte ao menos dos economistas da cultura tem realizado o esforço de construção de um diálogo com outros campos como a sociologia, a psicologia, a antropologia, a história, etc. Este exercício, porém, não se dá sem contradições, uma vez que se insiste em formatar estas outras contribuições de forma que não seja preciso abrir mão dos pressupostos de escolha racional dos indivíduos.

No livro *Economics and Culture* (THROSBY, 2001), por exemplo, é possível encontrar várias referências a outros campos de conhecimento e mesmo uma visão crítica a respeito das limitações do pensamento econômico ortodoxo para se pensar a cultura e da necessidade de visões alternativas. No esforço, porém, de abarcar os conceitos de valor cultural e capital cultural, tais como construídos pelo autor, mantém-se a racionalidade econômica como base de construção de modelos de maximização e análises de eficiência que em nada diferem dos modelos tradicionais. Cabe questionar até que ponto tentativas de conciliação como essas são possíveis e válidas.

Uma das consequências desse tipo de posicionamento é a de que, conforme argumenta Hesmondhalgh (2002), a economia, por sua influência cada vez mais fundamental na formulação de políticas públicas culturais, tem ajudado a fortalecer uma abordagem neoliberal

para a cultura, reduzindo a importância de objetivos não econômicos a segundo plano. Lotta (2008) ressalta que a Economia da Cultura tem se mostrado pouco eficaz, por exemplo, em democratizar o acesso a espetáculos, a equipamentos públicos como teatros e bibliotecas, aos instrumentos de fomento à produção cultural, etc., que se mantêm, em geral, concentrados em regiões e grupos específicos.

Importa ressaltar ainda que, apesar dos esforços feitos pela Economia da Cultura em ampliar a sua compreensão sobre o termo ou em definir a cultura a partir de seus processos e não somente como um produto (por exemplo, quando a define a partir do processo de criatividade/inação), cabe a ela basicamente lidar com os bens culturais em sua relação com a geração ou o dispêndio de valor econômico, o que inclui relações de compra, venda, distribuição, remuneração, bem como formas de fomento e patrocínio – entre artistas, produtores, consumidores, governo, etc. (LOTTA, 2008; MELEIRO; FONSECA, 2012).

O problema colocado pela Economia da Cultura torna a ideia de economia criativa um objeto de especial interesse para o campo. Economia criativa, como melhor exposto no próximo capítulo, não é, contudo, sinônimo de Economia da Cultura (embora algumas vezes os termos venham sendo tratados como tal). A relação entre economia e cultura presente na economia criativa não se esgota nos mercados de bens e serviços culturais, pois enfatiza a necessária sustentabilidade econômica da produção dita criativa, incorpora os elementos simbólicos e a criatividade presente na produção geral de mercadorias, incorpora novas dinâmicas e setores próprios do atual contexto capitalista, bem como transformações no mercado de trabalho e a crescente demanda por trabalho passível de se tornar propriedade intelectual (MIGUEZ, 2007a; MIGUEZ; MACHADO, 2010; SEMENSATO, 2013). Ao considerar a economia criativa como objeto de análise, a Economia da Cultura necessita fazer, portanto, o esforço de efetiva superação do seu sentido original de economia das artes, que prevalece ainda hoje como sua marca.

2.3 Políticas públicas de cultura

É sabido que o que entendemos hoje por políticas culturais não ignora a participação de instituições privadas e organizações civis, mas a atuação governamental tem um papel preponderante, uma vez que “serve de referência para outras instituições e grupos, que baseiam atividades e ações em instrumentos como orçamento; legislação; documentos e

programas elaborados pelo governo” (REIS, P., 2011, p.11) – embora, reciprocamente, o contexto sociocultural e as reivindicações de outros agentes modifiquem a ação do governo.

Até o século XIX, a atenção do Estado às políticas culturais, na maioria dos países, resume-se, basicamente a medidas conservacionistas e de fortalecimento das identidades nacionais a partir da valorização do patrimônio histórico e cultural (neste momento identificado simplesmente como o patrimônio material, principalmente edifícios históricos e obras de arte consagradas), através de museus, arquivos nacionais e órgãos de preservação (LIMA *et al.*, 2013).

Essa função do Estado ainda se mantém com um peso expressivo nos dias de hoje em termos de políticas culturais, assumindo este o papel de zelar pela defesa do patrimônio, seja através de responsabilidade pública direta, financiamento indireto, regulação, promoção da educação patrimonial, etc. (THROSBY, 2001, p.89). Mas é somente nas últimas décadas do século XX que o conceito de patrimônio evolui para lidar com a necessidade de ir além de seu caráter explicitamente material, passando a incluir também o patrimônio cultural intangível, presente nas expressões culturais populares e tradicionais (ICOMOS, 1985). A importância de garantir a transmissão de um patrimônio, material e imaterial, para as gerações futuras é uma das vias pelas quais a noção de sustentabilidade se insere na discussão pública de política cultural.

Já a intenção de apoiar a produção de arte em si dentro do Estado começa a se fortalecer no início do século XX, a princípio com objetivos clientelistas ou políticos (CHILE, 2012, p.6). Nos anos 1920 e 1930, a consolidação de um mercado internacional das indústrias culturais, sob forte hegemonia norte-americana, e seus possíveis impactos econômicos e políticos influenciam a adoção de medidas protecionistas às indústrias culturais nacionais (cinema, rádio e indústria fonográfica) (LIMA *et al.*, 2013). É somente com o fim da II Guerra Mundial, em um momento em que a cultura é encarada como um dos elementos fundamentais para a reconstrução do mundo destruído pela guerra, que se estreitam os laços entre Estado e cultura, podendo-se falar efetivamente em política cultural (THROSBY, 2001, p.142). Já em 1954, a adoção do termo “bens culturais” pela Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (UNESCO) revela a intenção de ampliar a visão até então estabelecida de patrimônio artístico. Torna-se paulatinamente mais comum o financiamento público direto à criação artística, já tendo se estabelecido neste momento a visão da cultura como um bem público e meritório (CHILE, 2012, p.39).

O papel de defesa das artes e patrimônio em grande parte do tempo esteve a cargo dos especialistas – artistas, críticos, mecenas, etc. É relativamente recente a entrada dos economistas nesse campo. Estes ganharam espaço, como já mencionado, à medida que, por um lado, a gestão dos recursos econômicos para a sobrevivência desses setores passa a ser um problema central e, por outro, o valor econômico dessa produção torna-se especialmente relevante. O caso da gestão dos museus, e a necessidade de ponderação entre eficiência e equidade, é um dos exemplos marcantes que ilustram essa participação dos economistas, em conjunto ou em conflito com seus tradicionais administradores (BLAUG, 2001).

As características de bens públicos – não exclusividade, não rivalidade e indivisibilidade – ou meritórios – seja pelo seu valor intrínseco ou pela geração de externalidades positivas – são argumentos muito importantes para a Economia da Cultura para justificar a provisão de bens culturais em termos coletivos, mesmo em casos em que não há uma demanda prévia. Salvo raras exceções, pode-se dizer que há consenso entre os economistas da cultura quanto à necessidade de subsídios à arte e a cultura. No caso dos museus, por exemplo, nas palavras de Benhamou (2007, p.87), “do ponto de vista da teoria econômica, o museu é um serviço coletivo, financiado pelo Estado devido à possibilidade de consumo simultâneo por parte de vários indivíduos e devido aos seus efeitos externos”, e do mesmo modo para o patrimônio cultural, “os monumentos históricos, bens únicos e não-reproduzíveis, são bens semi-públicos [...]: geram efeitos externos, prestígio nacional, efeitos turísticos, veiculam valores coletivos, contribuem para forjar a identidade nacional” (BENHAMOU, 2007, p.103).

Por outro lado existe a visão, partindo do ponto de vista do consumo, de que deve haver uma garantia da soberania do consumidor em relação ao subsídio às artes. Peacock (1994), por exemplo, vê o suporte direto à produção artística como um favorecimento aos interesses dos produtores em detrimento dos interesses difusos dos consumidores e advoga a favor de uma política de *vouchers*, que representaria uma forma de subsídio indireta a partir do consumo. Embora pondere que essa soberania do consumidor deve ser considerada de forma cautelosa, aceitando a possibilidade de equívocos, fraqueza de vontade ou flutuações nas preferências ao longo do tempo. Neste caso, e tomando por princípio que os bens culturais sejam bens meritórios, o incentivo direto representaria um modo de corrigir a miopia ou indolência (irracionalidades) de curto prazo (THROSBY, 2001, p.141), o que se somaria ao apoio à produção de informação, educação e “oportunidades de experienciar” (TOWSE, 2010, p.18).

No caso das artes, é essencial perceber que o mesmo bem pode ter ou não caráter de bem público de acordo com a forma como é apropriado. Uma obra de arte qualquer pode possuir características de bem público por constituir-se um elemento do capital cultural de um país. Mas, se não exposta ao livre acesso do público, por exemplo, em um museu, e sim guardada por um investidor particular em um cofre como um ativo financeiro, prevalecem as suas características de bem privado. Por outro lado, um argumento muito forte envolvendo a defesa do direito de propriedade intelectual entende que a característica de bem público²⁷ dos bens culturais pode ser vista como um problema no caso da garantia de retorno à produção privada, gerando a necessidade de legislação para resguardar os direitos de autor, uma vez que a não rivalidade cria dificuldades de controle da circulação, permitindo, por exemplo, a pirataria (HESMONDHALGH, 2008).

Mas é preciso reavaliar o significado de se considerar os bens culturais como bens públicos também pelo fato de que essa consideração corresponde a afirmar que o acesso a arte não pode ser exclusividade de uma classe de indivíduos (SILVA, 1998). Os argumentos de Bourdieu (2007), em sua discussão sobre a arte legítima como forma de distinção social, deixam claro que, mesmo quando não há restrições em sentido físico ou econômico – ou seja, mesmo que se fale em museus e galerias com acesso gratuito, concertos e espetáculos em praça pública, conteúdos produzidos para canais abertos de rádio e televisão – existe uma barreira invisível imposta pela ausência de um capital cultural e simbólico, o que impede que o consumo se efetive como apropriação para a grande maioria dos indivíduos.

A preocupação com a difusão cresce no contexto de auge dos estados de bem-estar social, que estabelecem uma visão mais igualitária também para a cultura, ganhando importância as políticas de democratização do acesso (THROSBY, 2001, p.145). O caso francês é um dos exemplos mais importantes desse período, tendo sido criado na França, em 1959, o primeiro Ministério encarregado especificamente dos assuntos culturais (BENHAMOU, 2007, p.159).

Neste momento, porém, o apoio à cultura ainda concentrava-se basicamente nas artes tradicionalmente legitimadas, a não ser pelo apoio à produção pública de filmes e de conteúdos para o rádio e a televisão (HESMONDHALGH, 2008). A ideia de democratização cultural está centrada num processo de popularização da arte erudita por meio de instrumentos

²⁷ “Bem público”, neste caso, em seu sentido estritamente econômico.

como educação, sensibilização e facilitação²⁸ que visam ampliar o número de receptores (espectadores, leitores, ouvintes, frequentadores), seja com base na crença de que todos saem ganhando com o contato com valores culturais dessa natureza, seja visando objetivos puramente mercadológicos de ampliação de um mercado consumidor. Esta visão tradicional de democratização do acesso à Cultura – com letra maiúscula – entende que basta um “mágico” encontro entre a obra erudita e o público (indiferenciado) e desconsidera a existência de outras vertentes de produção cultural populares.

Este tipo de política, que tem como base a promoção de “valores de alta cultura” (CHILE, 2012, p.14), passa a ser contestado após os anos 1960, principalmente em debates estabelecidos no marco das conferências da UNESCO nos anos 1970 (LIMA *et al.*, 2013) . Em oposição estaria a ideia de democracia cultural, como explica Teixeira Coelho (1997):

A essa concepção opõe-se a da democracia cultural, fundada no argumento de que programas de popularização como os defendidos pela tese da democratização cultural não vão, nem longe, bem fundo o suficiente e se baseiam em concepções discutíveis do que é bom ou mau em cultura, do que é ou não um valor cultural, do que deve e pode ou não deve e não pode ser consumido. Para os defensores da democracia cultural, a questão principal não reside na ampliação da população consumidora, mas na discussão sobre quem controla os mecanismos de produção cultural e na possibilitação do acesso à produção de cultura em si mesma. Políticas de democracia cultural se apoiariam não na noção de serviços culturais a serem prestados à população, mas no projeto de ampliação do capital cultural de uma coletividade no sentido mais amplo desta expressão (COELHO, 1997, p.144).

Esta visão alternativa sobre as políticas de promoção do acesso percebe a necessidade de abrir espaço para o acesso a produções menos vendáveis, tentando não criar um viés nem elitista nem populista. Além disso, considera a existência de públicos diversos, os quais seria necessário não encarar apenas como consumidores e sim sob uma perspectiva que abarque todas as dimensões da vida cultural (BOTELHO, 2007b). Os debates sobre ampliação do acesso se estendem, assim, aos meios de produção, distribuição e análise (CHILE, 2012, p.14).

No bojo desse debate, dois movimentos bastante distintos marcam o início de uma nova fase para as políticas culturais a partir dos anos 1970, gerando visões que hoje procuram de alguma forma se conciliar. Por um lado, o sentido de cultura abrangido pela política cultural começa a se ampliar, livrando-se de um viés exclusivamente estético, como fica explícito na

²⁸ “[...] programas educacionais lastreados em práticas culturais; programas de visitas guiadas a instituições culturais voltadas para crianças, jovens e adultos; maior divulgação dos eventos culturais; subsídio aos preços dos ingressos e recursos análogos” (COELHO, 1997).

Conferência de Veneza, em 1970. A política cultural começa a ser pensada também da perspectiva da cultura enquanto modo de vida, cabendo ao Estado fomentar os debates sobre este aspecto e promover as identidades e a diversidade (CHILE, 2012, p.9). A noção de diversidade ganha especial importância como um modo de lidar com as questões colocadas pelo processo de globalização e possível homogeneização cultural. A reafirmação de identidades passa a ser entendida como um movimento de resposta a esse processo de homogeneização que necessita, porém, ser trabalhado a partir de políticas de defesa da diversidade, a fim de que se evitem posicionamentos radicais e fundamentalistas fechados em si mesmos.

Por outro lado, a virada neoliberal em resposta à crise econômica, política e social dos anos 1970 reflete diretamente sobre as políticas culturais, na forma de privatização e desregulação da mídia (SEGRS; HUIJGH, 2006), aumentando o foco na discussão sobre direito autoral (HESMONDHALGH, 2002, p.10) e, sobretudo, alterando a visão sobre a cultura em direção a um sentido mais funcional. Isso significa que a cultura passa a ser, cada vez mais, valorizada através de um prisma econômico como fonte de rendimentos financeiros e capacidade produtiva (CHILE, 2012, p.9). Essa visão atinge seu auge na década de 1990, com os governos chegando cada vez mais à conclusão de que “gastar com a cultura redundava em benefício para a vida econômica” (BENHAMOU, 2007, p.151).

É certo que a crítica apresentada por Adorno e Horkheimer ([1947]) sobre a indústria cultural teve, por um longo período, forte influência sobre as políticas públicas de cultura, criando um tabu contra o incentivo às indústrias culturais (SEGRS; HUIJGH, 2006). Conforme argumentam Hesmondhalgh e Pratt (2005), por muito tempo a indústria cultural era o “outro” contra o qual a política cultural reagia tanto na forma de subsídios às artes, quanto, em alguns países, através do investimento direto em serviços públicos de radiodifusão. Mesmo hoje, sob suposições tradicionais estabelecidas pelas políticas culturais²⁹, em alguns casos as indústrias culturais continuam sendo marginalizadas justamente pelo reconhecimento da sua importância econômica e seu poder de dominar formas não mercadológicas de cultura, voltando à ideia de

²⁹ “A típica noção romântica do artista-gênio isolado que trabalha por Amor à arte, sofrendo de pobreza no sótão; cultura é um bem público puro, aquele que deveria estar igualmente acessível a todos; o verdadeiro valor da arte é transcendente e pode ser determinado por especialistas, comumente acompanhado pela Ideia de que o valor monetário da arte é falso e que o ‘mercado’ não consegue decidir; e a noção humanista-idealista que cultura é ‘boa para a alma’ e que a exposição à ‘cultura’ tem um ‘efeito civilizador’” (HESMONDHALGH; PRATT, 2005, p.7, tradução nossa).

indústrias culturais como o “outro”. Este ponto é responsável pelas dicotomias entre cultura e economia, arte e comércio, alta e baixa cultura, etc.

Mas a partir da segunda metade do século XX, com a aceleração do crescimento das indústrias culturais – explicada por diversos fatores como a maior prosperidade dos países desenvolvidos, o aumento do tempo de lazer, do nível educacional, o desenvolvimento de novos *hardwares* e a apropriação dos meios de comunicação por novos discursos de incentivo ao consumo (HESMONDHALGH; PRATT, 2005) – há uma crescente aceitação de que não se podia resistir à mercantilização da cultura através de formas tradicionais de política cultural. Dos anos 1970 para os 1980, por exemplo, nos Estados Unidos, tem início uma nova forma de encarar os monopólios estatais das telecomunicações em favor de uma mercantilização da mídia e do setor de comunicação em geral. As indústrias culturais ganham uma importância significativa para as políticas de cultura, seja em nível internacional (onde são inseridas principalmente através de estudos da UNESCO), nacional (preocupadas com a revitalização de economias pós-industriais³⁰), ou local (neste caso, voltadas especialmente para as pequenas empresas).

A produção industrial de bens culturais ganha espaço na política cultural (THROSBY, 2001, p.145) tanto pelo lado da crítica democratizante contra as políticas voltadas simplesmente para as produções de caráter elitista, quanto pelo seu dinamismo econômico. Esta afirmação pode ser ilustrada pelo exemplo discutido por Hesmondhalgh (2008) do caso inglês. Segundo este autor, a introdução do conceito de indústrias culturais na política cultural pelo *Great Council of London* no início da década de 1980 representava, a princípio, uma tendência antielitista e democratizante de reconhecimento da importância das indústrias culturais para a cultura moderna. Esta identificação do incentivo às indústrias culturais como uma forma de política antielitista garantia o apoio de conselhos europeus de esquerda. Porém, nos anos 1990, com o triunfo do neoliberalismo, o reconhecimento da importância destes setores culturais transforma-se em simples acomodação em relação à lógica de mercado, perdendo o seu caráter teoricamente crítico.

No estado atual de desenvolvimento das políticas culturais, as indústrias culturais podem ser consideradas um dos seus principais pilares (CHILE, 2012). Entender a arte e a cultura

³⁰ Em muitos casos (Reino Unido, Austrália, Nova Zelândia, Canadá, entre outros) rebatizadas de indústrias criativas, conforme será tratado a frente.

enquanto indústrias imputa uma carga especialmente forte à sua dimensão econômica, enfatiza seu aspecto comercial, o que, na visão de Throsby (2001, p.111), é especialmente importante como construção de uma imagem que possibilita à política cultural obter as “credenciais econômicas” necessárias no atual contexto político.

Ampliam-se os investimentos públicos no setor cultural como forma de regeneração e criação de empregos para economias locais, seja impulsionando o turismo e o varejo, seja fomentando a atratividade do local para os negócios (HESMONDHALGH, 2008). As políticas culturais passam a ser pensadas cada vez mais em termos de retorno a um investimento público e o empreendedorismo torna-se um conceito chave não só para o setor privado como também para o setor público. Destaca-se a visão de que empreendedores das indústrias culturais representavam um novo modelo e uma base para o crescimento econômico local, impulsionando economias em crise ou mesmo as cronicamente frágeis, ao reposicionar as cidades no mercado global a partir de suas capacidades tácitas. O reconhecimento do papel da cultura como um recurso, reforça ainda mais o papel da Economia da Cultura como influência nas decisões de políticas públicas.

A visão economicista das políticas neoliberais de cultura, conforme esclarece Hesmondhalgh (2002, p.31), encara como principal objetivo das políticas públicas a construção de mercados eficientes, ignorando as especificidades da cultura e da mídia, que são analisadas como qualquer tipo de bem. Segundo Pratt (2005), uma das justificativas econômicas para a intervenção pública por meio de políticas culturais não leva em consideração as especificidades dos bens culturais. A intervenção pública, neste caso, justifica-se pela identificação de falhas de mercado ou mesmo por uma análise de custo-benefício, levando-se em conta o custo de oportunidade em relação a outras possíveis aplicações do mesmo recurso (PEACOCK, 1994) e a ressalva de que as falhas de governo não devem prejudicar tais benefícios (THROSBY, 2001, p.140).

As políticas culturais, que a princípio possuem parâmetros político-ideológicos (estéticos, nacionalistas ou mesmo humanistas) ou sociais para se justificarem (PRATT, 2005), são pensadas a partir de um paradigma econômico que considera praticamente equivalentes política pública e política econômica, enfatizando princípios de eficiência e custo-efetividade. Neste contexto, de acordo com Throsby (2001, p.137), pode-se dizer que a política pública

pode ser considerada a área onde a economia interfere de maneira mais explícita sobre a cultura.

Atualmente, podemos dizer, em síntese, que os argumentos que justificam a necessidade de políticas culturais e as formas como tais políticas são conduzidas englobam um emaranhado complexo de pontos de vista sobre o conceito de cultura, sobre o papel das políticas culturais e sobre a melhor forma de conduzi-las, havendo várias modalidades de políticas sendo executadas de forma simultânea.

A ênfase em uma compreensão mais abrangente ou mais restrita de cultura altera significativamente as ações práticas de cada governo. Um primeiro exemplo é o caso da discussão sobre o direito autoral. De um ponto de vista mais liberal, as garantias ao direito de autor seriam uma resposta direta à incerteza dos mercados culturais e um incentivo à inovação. Mas este ponto de vista não da conta de uma discussão mais complexa, por exemplo, sobre produções coletivas, sejam estas derivadas das tradições culturais de uma comunidade ou produções multimídias divulgadas de forma livre pela internet, e que partem do entendimento de que é possível gerar outras formas indiretas de ganho que independem da privatização de um conteúdo.

Outro exemplo é o debate sobre o comércio internacional de bens culturais, cada vez mais recorrente a partir dos anos 1990. A defesa do comércio internacional baseia-se no pressuposto de que o comércio livre maximiza o bem-estar mundial. Mas, no caso dos bens culturais, quem oferta está olhando para o sentido funcional de cultura e para os lucros que esta pode gerar, ao passo que quem recebe preocupa-se com a cultura, desta vez entendida como modo de vida, uma vez que: “[...] *imported cultural product brings with it symbolic messages that may be seen as detrimental to a local cultural identity*” (THROSBY, 2001, p.131)³¹. Consequentemente, os primeiros defendem a liberalização, enquanto os demais buscam alguma forma de proteger a indústria cultural local, defendendo a visão dos bens culturais como exceções nos acordos de comércio. Economistas liberais costumam apontar os custos e ineficiências causados pela proteção. O contra argumento seria o de que, entendendo a produção cultural local como bens públicos capazes de gerar externalidades positivas, essa ineficiência parece ser compensada.

³¹ “[...] produtos culturais importados trazem com eles mensagens simbólicas que podem ser vistas como prejudiciais para uma identidade cultural local” (tradução nossa).

Apesar de hoje haver se consolidado um conjunto de instituições culturais importantes em nível mundial (CHILE, 2012, p.19), a UNESCO, assim como no início, continua sendo uma referência institucional fundamental, formulando modelos e formatando as visões de modo a conseguir conciliá-las de forma relativamente harmoniosa – embora a decisão de tender para um ou outro lado dessa equação dependa em última instância dos governos em si. A Conferência do México de 1982 já estabelece os principais princípios que ainda hoje orientam as políticas culturais. Além de todos os anteriormente citados – identidade e diversidade, cultura e democracia, patrimônio cultural, valorização das indústrias culturais, comércio internacional, etc.–, um princípio que ganha cada vez maior destaque relaciona-se à dimensão cultural do desenvolvimento. Ou seja, a ideia de cultura como instrumento deixa de ser encarada somente visando soluções econômicas de caráter mais imediatista e passa a ser aplicada ao objetivo muito mais amplo de desenvolvimento de determinada sociedade (CHILE, 2012, p.8), como será discutido com mais detalhes no último capítulo.

Sem dúvida, muitos avanços foram obtidos ao longo de mais de meio século de reflexão e de ação política com relação à cultura, mas é importante não abandonar uma visão crítica em relação ao que existe atualmente. Mais do que isso, o que se pode perceber na forma como se desenvolveram as políticas culturais, desde que se tornaram um instrumento incorporado pelos governos nacionais, é uma forte influência das agências internacionais e, mais recentemente, da visão neoliberal, criando as condições para começar a se falar em economia criativa como estratégia de desenvolvimento.

2.3.1 Histórico das Políticas Culturais no Brasil

Muitos dos elementos discutidos acima podem ser encontrados na evolução das políticas culturais brasileiras. No que se refere a suas especificidades, o caso do Brasil, conforme qualifica Rubim (2008), foi marcado pela ausência, pelo autoritarismo e pela instabilidade, tendo cada uma dessas características diferentes pesos de acordo com o período considerado. Do período colonial até a Primeira República, a cultura é tratada como um privilégio e prevalece a ausência do Estado na formulação de políticas para a cultura, embora um projeto cultural eurocêntrico sempre estivesse presente no menosprezo e perseguição às culturas indígena e africana e mesmo na criação das primeiras instituições culturais do país (Biblioteca Nacional, Museu Nacional de Belas Artes, Museu Histórico Nacional, etc.) (BARBALHO, 2007; BOTELHO, 2007a).

A partir da década de 1930, três períodos são reconhecidos como os de maior investimento governamental em torno das políticas culturais: a Era Vargas, a ditadura militar, e os governos de Fernando Henrique Cardoso e Lula (BARBALHO, 2007; BOTELHO, 2007a). Os dois primeiros ajudaram a reforçar o caráter autoritário das políticas culturais, instrumentalizando a cultura em favor da legitimação dos governos ditadores através da construção simbólica de uma identidade nacional. Entre o fim da ditadura militar e o governo Fernando Henrique, a instabilidade se sobressai, o que fica explícito no fato de que entre 1985 (ano de criação do MinC) e 1994, oito ministros e dois secretários foram responsáveis pela pasta e o Ministério chegou a ser rebaixado à condição de Secretaria durante o governo Collor. Já o último período marca o fortalecimento da dimensão econômica da produção cultural e sua privatização, a partir do fortalecimento das leis de incentivo, reforçando um novo tipo de ausência em que o Estado se faz presente quase exclusivamente como fonte de financiamento (RUBIM, 2008), muito embora se mantenham escassas as verbas do Ministério desde sua criação (CALABRE, 2005).

Durante a Era Vargas, período considerado pela literatura como o marco inicial das políticas culturais governamentais no Brasil (CALABRE, 2005; SILVA, 2006), a importância da cultura está intrinsecamente ligada ao projeto do Estado Novo de construção do país (MACHADO, 2008), apoiado em um sentimento de brasilidade, aproveitando-se de uma abertura teórica baseada na “ideologia da mestiçagem”, capaz de amalgamar os tipos populares em um único Ser Nacional (ARRUDA, 2003; BARBALHO, 2007)³². Este período é marcado também pela influência do pensamento de Mário de Andrade (então diretor do Departamento de Cultura de São Paulo) sobre cultura, inserindo uma compreensão mais abrangente do sentido da produção cultural (esporte, turismo, culinária, design, por exemplo), embora muito do seu discurso não tenha passado à prática (BOTELHO, 2007a).

Entre 1945 e 1964 ocorreram poucas novidades em termos de políticas culturais, embora este seja um período de consolidação dos meios de comunicação de massa (rádio e televisão) no Brasil e de algumas mobilizações em torno da cultura popular como a Campanha Nacional do

³²Este período marca, no âmbito do Ministério da Educação e Saúde, especialmente quando da liderança de Gustavo Capanema (1934-1945), a criação do Conselho Nacional de Cultura, do Serviço Nacional de Teatro (SNT), o Instituto Nacional do Livro (INL), o Serviço de Radiodifusão Educativa, o Instituto Nacional do Cinema Educativo (INCE), o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), da Superintendência de Ação Musical e Artística, do Departamento de Imprensa e Propaganda (DIP) que coordenava várias áreas: radiodifusão, teatro, cinema, turismo e imprensa – responsável pelas propagandas do regime e pela censura. Além do surgimento, no período, de algumas das nossas primeiras Universidades (BARBALHO, 2007; BOTELHO, 2007a; RUBIM, 2008).

Folclore e o Movimento de Cultura Popular em Pernambuco. Em 1953, o antigo Ministério da Educação e Saúde é desmembrado, dando origem ao Ministério da Educação e Cultura (MEC)³³. Já em 1960, ainda durante o governo de Juscelino Kubitschek, a cultura se incorpora no projeto de renovação do país, simbolizado, por exemplo, pelo projeto modernista de construção da nova capital (CALABRE, 2005; MACHADO, 2008; RUBIM, 2008).

A ditadura militar marca um segundo momento considerado de fundamental importância para as políticas de cultura brasileiras³⁴. Neste momento, a cultura é vista como elemento estratégico para o objetivo de integração e segurança nacional e para a constituição de um mercado consumidor de bens simbólicos, uma vez reconhecido o potencial econômico das indústrias culturais, embora houvesse certa preocupação em criar uma resistência à invasão cultural estrangeira ampliada pela cultura de massa. Ao mesmo tempo, porém, é fundamental destacar o autoritarismo refletido na ação militar de repressão e censura a intelectuais e artistas (ALVES, 2012; BARBALHO, 2007; CALABRE, 2005, 2006; RUBIM, 2008).

Um período especialmente marcante foi a gestão de Ney Braga no MEC, durante o governo Geisel (1974-1978), que incluiu a cultura no projeto de desenvolvimento nacional com a criação de diversas instituições como o Conselho Nacional de Direito Autoral, o Conselho Nacional de Cinema, a Fundação Nacional de Artes (FUNARTE), o Centro Nacional de Referência Cultural (CNRC), a Radiobras, o lançamento da Campanha de Defesa do Folclore Brasileiro e, o mais importante, da Política Nacional de Cultura, expressa no primeiro Plano Nacional de Cultura³⁵ (BARBALHO, 2007; BOTELHO, 2007a; CALABRE, 2005, 2006; RUBIM, 2008).

A influência da UNESCO é perceptível na opção por um conceito mais amplo (antropológico) de cultura e para a percepção de sua relação fundamental com o desenvolvimento, ganhando voz no Brasil especialmente através da figura do *designer* e artista plástico Aloísio Magalhães (idealizador do CNRC e secretário de cultura do MEC entre 1981 e 1982). Visando a

³³ Embora a sigla MEC continue sendo usada atualmente, após a criação do MinC passa a significar apenas Ministério da Educação.

³⁴ Em 1966, é criado o Conselho Federal de Cultura (CFC), reunindo uma série de intelectuais (em geral, de viés conservador) com a função de elaborar os projetos para a cultura. Além disso, alguns órgãos são reformulados para dar origem à EMBRAFILME e ao Instituto Nacional de Cinema e são criadas as Casas de Cultura (instituições culturais locais de exposições e espetáculos) (BARBALHO, 2007; CALABRE, 2005, 2006; RUBIM, 2008).

³⁵ Aprovado em 1975 em uma segunda tentativa, uma vez que a primeira versão de 1969 nunca chegou a ser votada (CALABRE, 2006).

integração e unificação das políticas, são realizados encontros nacionais como o Encontro Nacional de Cultura de 1976 e o Fórum Nacional de Secretários Estaduais de Cultura, criado em 1983 e presidido por José Aparecido de Oliveira, então secretário de cultura de Minas Gerais. No contexto da discussão da Política Nacional de Cultura é proposta a criação de um ministério exclusivo para a cultura, algo que só se efetivaria no período de redemocratização (BARBALHO, 2007; BOTELHO, 2007a; CALABRE, 2005, 2006).

O MinC foi finalmente criado em 1985, no governo de José Sarney, e teve como seu primeiro ministro o ex-secretário José Aparecido de Oliveira, substituído pouco tempo depois por Aluísio Pimenta, ex-reitor da UFMG, que permaneceu no ministério por apenas seis meses. É neste momento que Celso Furtado assume o ministério, encontrando-o desmoralizado e mal estruturado. Furtado é quem vai estruturá-lo internamente e dar o tom da política cultural pós-redemocratização. Sua gestão, embora possua forte convergência com sua produção acadêmica a partir dos anos 1970, é pouca efetiva em termos de desburocratização, democratização e descentralização das políticas culturais. Em 1986, é criada a primeira lei federal de incentivo à cultura baseada na dedução de impostos, que ficaria conhecida como Lei Sarney (fortemente influenciada pelo contexto de redemocratização em reação ao autoritarismo do período militar, mas também pela crise econômica dos anos 1980 que corresponde a um movimento mundial de cortes orçamentários, especialmente para a área cultural) (ARRUDA, 2003; BARBALHO, 2007; BOTELHO 2001, 2007a; CALABRE, 2005; RUBIM, 2008).

A saída de Furtado em 1988, dois anos depois de assumir a pasta, torna a enfraquecer o ainda frágil ministério que seria extinto após a eleição do presidente Fernando Collor em 1990, o mesmo ocorrendo com o Serviço do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (SPHAN), a FUNARTE, a Embrafilme, entre outros órgãos ligados à cultura. Ainda no governo Collor é promulgada uma nova lei de incentivo (Lei Rouanet), em substituição à Lei Sarney, regulamentada em 1995 e ainda em vigor atualmente (BARBALHO, 2007; BOTELHO 2001, 2007a; CALABRE, 2005; RUBIM, 2008).

Em 1993, já sob a presidência nacional de Itamar Franco, o MinC é recriado, mas é somente na gestão de Francisco Weffort (1995-2001) à frente do MinC, durante a presidência de Fernando Henrique Cardoso, que um novo período de estabilidade se estabelece em relação às políticas culturais brasileiras. Este período é marcado por um forte viés neoliberal, reforçando

a ideia de respeito às preferências do consumidor de no direcionamento dos investimentos e no fortalecimento de um mercado cultural internacionalizado, retraindo a intervenção direta do Estado no campo da cultura e transferindo para a esfera privada as principais decisões em torno do financiamento à produção cultural³⁶. À Lei Rouanet soma-se a Lei do Audiovisual (1993), ajudando a reforçar o caráter privatizado das políticas culturais, restando ao ministério uma função meramente regulamentadora³⁷ (ARRUDA, 2003; BARBALHO, 2007; BOTELHO, 2007a; CALABRE, 2005; GORGULHO *et al.*, 2009; RUBIM, 2008, 2009).

É neste período que surge a figura do agente cultural captador de recursos, fortalecendo a ligação da produção cultural com o mercado publicitário e de *marketing*, que dita o que deve ser financiado, aumentando as desigualdades entre os que têm ou não possibilidade de algum tipo de assessoria neste sentido. Já aparece a ideia de cultura como investimento, como “bom negócio”, capaz de gerar emprego e lucro, inclusive enquanto bem de exportação, dando respaldo à necessidade de reforço das leis de direito autoral e de combate à pirataria (ARRUDA, 2003; BARBALHO, 2007; RUBIM, 2008).

O último capítulo retoma o desenvolvimento das políticas públicas de cultura no Brasil, fazendo referência aos próximos governos, Lula e Dilma. Mas, antes, é necessário deixar mais claro o que significa falar em economia criativa, que é o objetivo do capítulo seguinte. Até aqui, importa perceber que, apesar da discussão específica sobre economia criativa só ter se iniciado no Brasil em 2004, a partir de meados da década de 1990 já estavam postas algumas condições especialmente significativas para abrir caminho ao debate³⁸.

³⁶ O volume de recursos destinados à cultura no último ano do mandato de Fernando Henrique representava 0,14% do orçamento da União (RUBIM, 2008).

³⁷ Em relação à captação de incentivos, segundo Silva (2007, p.32), “i) em média a contribuição dos empresários caiu ao longo da década – era de 66% contra 34% da renúncia fiscal, em 1996; em 2000, a relação já estava invertida, apenas 35% eram de recursos novos; ii) as empresas públicas constituíram-se nos principais incentivadores na área cultural – uma empresa estatal consumiu aproximadamente 45% dos recursos incentivados em 2002, tendo sido o padrão durante toda a década; e iii) os recursos incentivados concentram-se na região Sudeste”.

³⁸ A criação em 1995 do Programa Brasileiro de Design (PBD) ilustra bem esse direcionamento (TEIXEIRA JÚNIOR *et al.*, 2012).

3 ECONOMIA CRIATIVA: CONTEXTO E CONCEITO

Seguindo a discussão apresentada no primeiro capítulo com relação às políticas públicas de cultura, que ressaltou o crescente papel da cultura enquanto um recurso econômico cada vez mais relevante e das estratégias políticas de apropriação e promoção desta enquanto tal, torna-se indispensável a compreensão do sentido do termo “economia criativa” e de seus variantes – “indústrias criativas”, “classe criativa”, “cidades criativas” e “clusters criativos”, entre outros termos semelhantes que continuam a surgir –, cada vez mais fundamentais, a partir das últimas duas décadas, para o debate político e acadêmico em torno da aproximação entre as esferas cultural e econômica, como uma formulação que, de certa maneira, busca se adaptar ao que seria a configuração de uma “nova economia”.

Para tanto, a apresentação que se segue se divide em duas etapas. A primeira se configura como uma tentativa de compreensão do contexto em torno do qual essa nova terminologia surge, o que envolve a soma de processos e interpretações que vão desde o cenário mais amplo moldado pelo neoliberalismo até aspectos mais específicos dentro deste cenário, como a revolução tecnológica em torno das TICs, o empreendedorismo urbano e a culturalização da economia.

A segunda se debruça sobre os conceitos em si e sua aplicação. Passa, portanto, pelo histórico de surgimento dos termos (nas políticas públicas e na literatura teórica) e, posteriormente, apresentando algumas aplicações ou formas de interpretações mais comuns: a primeira, que vê nas indústrias criativas a possibilidade de desvencilhar-se da contradição entre artes (em um sentido mais purista ou elitista) e indústria cultural, a partir da reinserção destes dois espectros em um contexto de renovação tecnológica, possibilitando o redirecionamento das políticas culturais de um enfoque que prioriza a necessidade de subvenção a outro que possibilite a geração de riquezas – disto derivando a necessária ênfase na propriedade intelectual e na produção de “bens funcionais” (GORGULHO *et al.*, 2009) (na moda, publicidade, arquitetura) que teriam a cultura como insumo fundamental; a segunda, que gira em torno dos problemas de desenvolvimento socioeconômico das cidades, enfatizando a característica de aglomeração das ditas indústrias criativas, passando pelos conceitos de classe criativa e de *clusters* criativos para chegar ao de cidades criativas.

É preciso deixar claro que, nesta segunda parte do capítulo, não são enfatizadas questões relacionadas à mensuração ou às especificidades do comportamento econômico de

determinados setores “criativos”, uma vez que o foco está na compreensão dos conceitos e de suas aplicações.

3.1 O espaço da cultura na “nova era” do capitalismo global

Muitas são as óticas pelas quais o contexto contemporâneo tem sido interpretado, falando-se, por exemplo, em era, sociedade ou economia “pós-industrial”, “informacional”, “da comunicação”, “do conhecimento”³⁹ etc. Em geral, estas diferentes interpretações possuem em comum a importância dada aos avanços das TICs⁴⁰, à produção e consumo crescentes de bens intangíveis e o crescimento do setor de serviços (serviços de informática e telecomunicações, serviços financeiro, serviços de saúde altamente especializados, serviços de logística, etc.), a globalização dos mercados, a valorização do papel da inovação – em todos os âmbitos – e a correspondente demanda por trabalhadores altamente qualificados, fatores cada vez mais fundamentais para a geração de riquezas. Este conjunto de características é, muitas vezes, identificado como uma promessa de crescimento não inflacionário com ganhos crescentes de produtividade (BRINKLEY, 2006; LASTRES; CASSIOLATO, 2003), uma vez que as soluções proporcionadas pela informatização seriam capazes de compensar as barreiras ao crescimento da produtividade, por exemplo do setor de serviços (GARNHAM, 2005)⁴¹.

Muitos autores, porém, contestam as interpretações mais otimistas que identificam a revolução tecnológica com uma revolução socioeconômica desta natureza (BOLAÑO, 2002a, 2011; COCCO; VILARIM, 2009; FERREIRA, 2007; HARVEY, 1992, 1996). Ferreira (2007, p.95) ressalta como as “fantásticas perspectivas de comunicação global colocadas pelas novas tecnologias” convivem de perto com um processo de desindustrialização, terceirização e elevação do desemprego.

Para Harvey (1992, p.177), por trás das mudanças na aparência do capitalismo “a lógica inerente da acumulação capitalista e suas tendências de crise” permanecem iguais, sendo,

³⁹ Sociedade da “Informação” e do “Conhecimento” se diferenciam pela consideração, no último termo, do fato de que, para além dos conhecimentos codificados (informações), é preciso considerar os conhecimentos tácitos, necessários à decodificação dos primeiros (ASSMANN, 2000; LASTRES; CASSIOLATO, 2003).

⁴⁰ Maior velocidade, confiabilidade e baixo custo de transmissão, armazenamento e processamento (LASTRES; CASSIOLATO, 2003).

⁴¹ Fala-se ainda em capitalismo cognitivo, sociedade em redes (CASTELLS, 1999), aldeia global, valores pós-materialistas, economia do intangível, Terceira Revolução Industrial, etc.

portanto, inadequado falar em pós-capitalismo ou sociedade pós-industrial. Essas mudanças na aparência representariam a transição iniciada a partir das seguidas crises econômicas e políticas da década de 1970 – especialmente a aguda recessão de 1973 - de um regime de acumulação baseado no modelo fordista-keynesiano para um modelo de acumulação “inteiramente novo” (HARVEY, 1992, p.140), ao qual denomina regime de “acumulação flexível”, que vem se afirmando como paradigma desde a década de 1990. Este novo regime representaria uma alternativa à rigidez do padrão fordista nos âmbitos do trabalho, da produção e do consumo e seria acompanhado da respectiva mudança no modo de regulação sócio-política que o sustenta.

A desregulamentação (fim do controle de capitais e liberalização do mercado de ações) e as inovações financeiras, facilitadas pelo uso de novas tecnologias, criam um sistema financeiro global extremamente complexo, ao qual se entrelaçam interesses comerciais e industriais, aumentando o nível de especulação e fragilizando o sistema econômico mundial, cada vez mais interligado (FERREIRA, 2007, p. 101; HARVEY, 1992). Paralelamente, os ganhos de mobilidade geográfica permitem a transferência da produção em larga escala – e a manutenção de um modelo fordista periférico – para regiões com legislações trabalhistas menos rígidas.

Nas economias centrais essa reestruturação produtiva representa um intenso processo de desindustrialização que, somado às possibilidades de substituição de mão-de-obra pouco qualificada por processos automatizados (SCOTT, 2008), levou ao crescimento do desemprego estrutural. No mercado de trabalho global (incluindo as economias periféricas), repercute como redução dos ganhos de salários reais, regimes de trabalho e contratos mais flexíveis, crescimento do trabalho temporário, parcial ou subcontratado, ou seja, maior controle do capital – cujos lucros são cada vez mais garantidos pelo sistema financeiro – sobre o trabalho (BRINKLEY, 2006; HARVEY, 1992). Conforme sugere Yúdice (2006, p.59), “a ‘flexibilidade’ do ‘capitalismo flexível’ justifica o alargamento dos lucros no hemisfério norte e o encolhimento dos salários em todos os lugares”.

Todas essas transformações fortalecem a ascensão do neoliberalismo, que ganha cada vez maior espaço político após a intensa crise fiscal dos Estados, justificando o forte apelo à

racionalidade do mercado e da privatização e um Estado empreendedor e austero⁴² quanto às políticas fiscal e monetária (HARVEY, 1992, 1996). A garantia da sua hegemonia em nível mundial se deu através do Consenso de Washington, política oficial e inflexível do Fundo Monetário Internacional (FMI) e do Banco Mundial.

A expressão “nova economia”, que esteve fortemente em uso nos EUA entre 1995-2001 até a crise do *dot com*, representa, em certo sentido, uma “cortina de fumaça” (MILLER, 2004, p.57) ocultando a manutenção do neoliberalismo que, embora não mais em sua fase fundamentalista – que resultou em todas as catástrofes das políticas liberais na década de 1990 (no México, Rússia, Brasil, Argentina e no sudeste asiático, por exemplo) –, afeta profundamente a sociabilidade contemporânea (RUBIM, 2009). Sua manutenção coaduna com as pressões de privatização, controle e mercantilização de conhecimentos e informações (LASTRES; CASSIOLATO, 2003) em defesa dos interesses das grandes empresas transnacionais e, mais diretamente, norte-americanas, uma vez que os EUA possuem o predomínio no processo de desenvolvimento científico e tecnológico, que garantem a sua centralidade nesse processo de reestruturação capitalista, sobretudo nos setores dinâmicos das novas tecnologias de informação e comunicação (BOLAÑO, 2002a).

Compreendendo a centralidade da visão neoliberal para o capitalismo contemporâneo, é preciso apontar para o caráter ideológico (FERREIRA, 2007, p.93) do enaltecimento da inovação, do conhecimento e das mudanças tecnológicas, desde sempre necessários ao avanço do sistema capitalista (BRINKLEY, 2006), embora atualmente atuando em maior escala e velocidade⁴³. Ferreira (2007, p.109 e 114) exemplifica com o que acontece com o uso do termo “globalização”, exhaustivamente difundido pela mídia, adotado na academia e admitido como um fenômeno inexorável quando de fato representa “uma matriz ideológica de imposição da expansão do mercado mundial”. Essa priorização da expansão do mercado, assim como a tendência ao crescimento da importância da marca e das estratégias de *marketing* e publicidade, seriam algumas das consequências do impasse gerado pelo descompasso entre capacidade produtiva e de consumo, que fez com que “o sistema substituísse o ícone da *produtividade* pelo da *competitividade*”, ou seja, “vender passou a ser mais importante que produzir” (FERREIRA, 2007, p.96).

⁴² Embora a própria instabilidade force recorrentemente a intervenções no sistema financeiro e ao salvamento de bancos (Harvey, 1992) como ficou claro na crise de 2008.

⁴³Fenômeno da compressão espaço-tempo (Harvey, 1992).

Neste sentido, a lógica do consumo – ao menos no que diz respeito a uma classe média escolarizada (VIVANT, 2012) – se reformula, passando a ser cada vez mais significativo um consumo de símbolos ou significados, distinto do que havia sido a lógica de produção e consumo de bens na sociedade industrial fordista (BENDASSOLLI *et al.*, 2009), ou, em outros termos, cresce a proporção do consumo destinado à satisfação de necessidades imateriais, às experiências⁴⁴ e à construção de um “estilo de vida” (GARNHAM, 2005, p.23). O uso de novas tecnologias de comunicação amplia essa gama de experiências e aumenta a possibilidade de interação entre emissores e receptores, chegando-se a falar em *prosumers*, uma mistura de produtor e consumidor (LOVINK; ROSSITER, 2007). Ao mesmo tempo, este consumo voltado para a construção de identidade a partir da imagem, reforça a importância do *marketing* e do *design* e da produção direcionada para nichos específicos. Nas palavras de Zukin (1996, p.218), “nós consumimos o que imaginamos, e nós imaginamos o que consumimos”.

O papel da cultura neste novo contexto é central em vários aspectos. Para Hall (1997) a cultura se insere em cada aspecto da vida contemporânea, mediando as escolhas através de um bombardeio de símbolos e mensagens. Scott (2008, p.12) fala em economia cognitivo-cultural, incluindo na “nova economia” a importância dos produtos culturais, sejam estes artesanais – embora orientados pelas tendências do mercado, como roupas, móveis e joias – ou industriais, o que inclui a mídia⁴⁵. Na interpretação do autor, não somente o Vale do Silício como também Hollywood – caracterizada como o modelo pós-fordista de especialização flexível (YÚDICE, 2006, p.37) – seriam precursores desse novo padrão. A vida cultural, por muito tempo considerada exterior à lógica capitalista do mercado, “vai ficando ao alcance do nexo do dinheiro e da lógica da circulação do capital” (HARVEY, 1992, p.307) e é justamente essa aproximação que dá “à esfera cultural um protagonismo maior do que em qualquer outro momento da história da humanidade” (YÚDICE, 2006, p.26), no que Yúdice denomina de “culturalização da economia”, alterando o que se entende por cultura e o que é feito em seu nome.

⁴⁴ Fala-se, por exemplo, em “economia da experiência” (HARTLEY, 2005; UNCTAD, 2010).

⁴⁵ A arte e o artesanato se afastam de seus universos autossuficientes. Nas palavras de Canclini (2000, p.22), “[...] o trabalho do artista e do artesão se aproximam quando cada um vivencia que a ordem simbólica específica em que se nutria é redefinida pela lógica do mercado”. E completa: “A autonomia dos campos culturais não se dissolve nas leis globais do capitalismo, mas se subordina a elas com laços inéditos” (CANCLINI, 2000, p.62).

Mais que a promoção e avaliação da arte a partir de parâmetros extra estéticos da dinâmica socioeconômica e o crescente interesse pelo seu valor econômico e pelo seu caráter de mercadoria – uma tendência desde meados do século XX, segundo Canclini (2000, p.56) – a cultura passa a ser vista como um recurso em um sentido mais amplo⁴⁶, como já mencionado no capítulo anterior, para a melhoria sociopolítica e para o desenvolvimento socioeconômico, seja por sua capacidade de reduzir conflitos, através da promoção da tolerância multicultural e participação cívica, seja pela renda gerada pelo turismo cultural (YÚDICE, 2006, p.26). E é justamente se “autopromovendo” como recurso que a cultura consegue se financiar através das maiores instituições internacionais como o Banco Mundial e o Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID). Ao mesmo tempo, a produção de mercadorias de um modo geral se torna cada vez mais mergulhada em significações estéticas e semióticas. Yúdice (2006, p.35 e 59) explica que essa culturalização da economia dependeu de uma conjunção de acordos internacionais como os relacionados à defesa da propriedade intelectual e leis trabalhistas sobre a migração de trabalhadores, em favor dos principais centros de inovação do hemisfério norte.

Vale ter em mente, ainda, a noção de culturas híbridas, sobre a qual Canclini (2000) alerta. Este autor deixa claro como, na sociedade atual, no que diz respeito à cultura e suas expressões, a divisão entre o culto, o popular e o massivo⁴⁷ se torna progressivamente mais fluida. Um aspecto importante desse hibridismo (de forma alguma o único) é a mediação do culto e do popular “por uma reorganização industrial, mercantil e espetacular dos processos simbólicos” (CANCLINI, 2000, p.96), o que requer novas estratégias, uma nova forma de aproximação entre estes. Embora isto não signifique uma mera subordinação do culto e do popular à lógica industrial, não deixa de ser uma rendição à mercantilização (HARVEY, 1992). Neste sentido, o trabalho artesanal, por exemplo, assume a função de atração turística e de bem de consumo personalizado, tanto quanto os signos e os espaços das elites - como os museus - se massificam e abrem espaço para as expressões populares. Na visão de Yúdice (2006), a cultura enquanto recurso unifica os três sentidos de cultura (da alta cultura, da antropologia e da cultura de massa), absorvendo e eliminando suas distinções.

⁴⁶ Lembrando que, no sentido dado por Bourdieu (2007), a arte e a cultura sempre foram um recurso para a manutenção da hierarquia social por serem um critério de distinção.

⁴⁷ Entendendo por “culto” a arte, a literatura e a ciência; por “popular” o folclore e o populismo e por “massivo” as indústrias culturais.

Uma forma de legitimação fundamental dessas transformações com relação à cultura encontra-se na visão pós-modernista⁴⁸, enquanto corrente estética e científica, e enquanto discurso político legitimador. A estética pós-modernista “celebra a diferença, a efemeridade, o espetáculo, a moda e a mercadificação de formas culturais” (HARVEY, 1992, p.148)⁴⁹. Enquanto visão científica, caracteriza-se pela desconfiança de todos os discursos universais, imutáveis ou totalizantes, uma vez que as metanarrativas, na prática, representariam simplesmente a racionalidade dos grupos dominantes (VAITSMAN, 1995). A ciência é vista como um entre outros discursos possíveis, seus resultados são histórico e culturalmente delimitados, e, portanto, parciais e provisórios. É dentro dessa mudança paradigmática que a diferença, o “outro”, o local e o particular ganham centralidade.

Não se trata, necessariamente, de uma superação do moderno, mas de uma crítica particular à modernidade. Nestes termos, a centralidade é transferida do Homem abstrato para o indivíduo em toda sua subjetividade, produtor criativo do mundo em que vive, o que em termos estéticos significa que o seu prazer imediato vale mais que um padrão de beleza pré-definido. A estética pós-moderna representa uma “co-presença tumultuada de todos [os estilos]” (CANCLINI, 2000, p.329), de forma cacofônica e fragmentada, incorporando de forma eclética, por exemplo, elementos da cultura Kitsch como recortes descontextualizados. A vida é encarada como um contínuo espetáculo, uma combinação de momentos efêmeros, instantâneos (CANCLINI, 2000; HARVEY, 1992). Para Canclini (2000) essa postura tem dois lados:

Pessoalmente, acho que a visão fragmentária e disseminada dos experimentalistas ou pós-modernos aparece com um duplo sentido. Pode ser uma abertura, uma ocasião para sentir novamente as incertezas quando mantém a preocupação crítica com os processos sociais, com as linguagens artísticas e com a relação que estas travam com a sociedade. De outro lado, se isso se perde, a fragmentação pós-moderna se converte em arremedo artístico dos simulacros de atomização que um mercado – a rigor, monopólico, centralizado – joga com os consumidores dispersos (CANCLINI, 2000, p.371)

Para Harvey (1992), embora se possa falar em um potencial revolucionário do pós-modernismo, graças a sua atenção aos “outros” (mulheres, gays, negros, povos colonizados) (HARVEY, 1992, p.47), este não passa senão de “uma extensão lógica do poder do mercado a toda a gama da produção cultural” (HARVEY, 1992, p.64), ou seja, a lógica cultural do

⁴⁸Para alguns autores, a visão pós-modernista começa a se delinear desde o final do século XIX (VAITSMAN, 1995) e atinge sua forma madura no início da década de 1970 (HARVEY, 1992).

⁴⁹ O termo “mercadificação” foi mantido em respeito à tradução citada, embora o sentido desejado talvez seja mais bem expresso pelo termo mais usado “mercantilização”.

capitalismo avançado que torna estrutural a função da inovação estética a serviço do capital. Neste sentido, o esteticismo aparentemente despolitizado pós-moderno teria alianças no mínimo tácitas com a regressão neoconservadora (CANCLINI, 2000). A cultura, por sua importância crescente como fonte de poder e de capital, essencial ao processo de reprodução material da sociedade, necessita ser regulada e modelada como uma obrigação político-administrativa (ARANTES, 1996; HALL, 1997).

Mais do que invadir a cultura, o capital torna-se cultura, no sentido mais amplo do termo, e a forma mercadoria passa a monopolizar o conjunto das relações sociais, inclusive aquelas mais internas ao mundo da vida e, antes, mais resistentes à expansão da lógica capitalista (BOLAÑO, 2002b).

3.2 Os conceitos “criativos” e suas aplicações

Deste “espaço crescente ocupado pela dimensão simbólica e criativa na determinação do valor no mundo e na economia atuais” (RUBIM, 2009, p.102) e da construção de políticas que buscam valorizar as ditas possibilidades oferecidas pela sociedade da informação e do conhecimento, um dos desdobramentos, principalmente a partir da passagem dos anos 1990 para os 2000, é a criação de novos conceitos e categorias em torno da noção de “criatividade” para lidar com os elementos dessa “nova economia” que se relacionam à produção cultural e à inovação. Estas categorias focam a criatividade de uma forma distinta da que esta costumava ser abordada nas discussões tradicionais sobre o papel da inovação e do desenvolvimento tecnológico, em uma espécie de redirecionamento do enfoque do *hard* para o *soft*⁵⁰ (FLEW; CUNNINGHAM, 2010). Essa nova abordagem possui, ao mesmo tempo, um viés econômico, relacionado a políticas de desenvolvimento, e uma ligação com essa virada cultural ocorrida a partir do final do século XX (BENDASSOLLI *et al.*, 2009), tornando-se, portanto, um aspecto chave da relação entre cultura, economia e tecnologia (NEWBIGIN, 2010). Hartley (2005) explica que esta conceitualização é produto de formuladores de política de alto escalão, instituições públicas do governo e da educação que iniciaram a identificação de uma “economia criativa”.

É em referência à cidade que essa nova terminologia primeiramente aparece. Uma conferência realizada em 1988 na cidade de Melbourne na Austrália, intitulada “Cidade Criativa”, tinha por objetivo discutir o papel das artes e da cultura no processo de planejamento do desenvolvimento urbano. Logo em seguida, em 1989, o planejador urbano Charles Landry

⁵⁰Principalmente à medida que a expansão dos canais de distribuição aumenta a demanda por conteúdos.

publica um estudo estratégico para a cidade de Glasgow – “Glasgow: a cidade criativa e sua economia criativa” – focando a cidade como um “organismo criativo” e como um ambiente para o desenvolvimento de determinados setores criativos como o *design* e a música. O mesmo autor publica algo semelhante dois anos depois, dessa vez tendo Barcelona como foco (LANDRY, 2011). É também de Landry a obra *The creative city: a toolkit for urban innovators*, lançada em 2000. Nesta obra o autor analisa os fatores mais importantes das cidades que, até a virada do século, haviam obtido sucesso como cidades criativas. Estas, analisa Landry (2006b), possuem em comum a presença de indivíduos visionários, organizações criativas e políticas culturais com propósitos claros. Este autor defende que a cidade possui como um grande recurso a sua população - com sua motivação e potencial criativo - recurso este capaz de superar vantagens baseadas em acesso a recursos naturais ou a mercados.

O próprio Landry (2011) explica como esse conceito de cidade criativa evolui ao longo do tempo, passando de um lugar onde os artistas e a construção de um espírito imaginativo desempenhavam um papel central, para o núcleo de desenvolvimento do que veio a ser considerado as “indústrias criativas”, enfatizando posteriormente a presença de uma ampla “classe criativa” e, finalmente, como “uma visão aspiracional e de empoderamento da cidade” (LANDRY, 2011, p.13).

Novamente na Austrália, é possível situar o marco inicial do enaltecimento da criatividade como um diferencial econômico importante em termos de política nacional. Em 1994, o governo australiano iniciou uma política cultural e industrial baseada no lema *Creative Nation*, visando uma inserção privilegiada do país na “nova ordem mundial” que se estabelecia. Tal política enfatizava o fortalecimento da identidade local e a autoexpressão, baseadas tanto na tradição quanto na diversidade multicultural do país, frente à ameaça da cultura de massa globalizada. Visava tirar proveito do momento de grandes transformações tecnológicas (principalmente as TICs) e utilizá-las a favor da democratização do acesso à produção cultural e da excelência como um valor primordial para essa produção, ao mesmo tempo em que reconhecia a sua relevância econômica, graças ao seu vasto potencial de geração de riquezas, seja através do desenvolvimento do *marketing*, da inovação e do *design*, seja pela atração de turistas, ou ainda através da emigração de talentos artísticos (AUSTRÁLIA, 1994).

Já sob influência da experiência australiana, durante a campanha eleitoral de 1997 o partido trabalhista inglês⁵¹ (*New Labour*), que elegeu o primeiro ministro Tony Blair, identifica no Reino Unido o expressivo ritmo de crescimento de treze setores que foram considerados em termos de políticas, após a vitória de Blair⁵², como “Indústrias Criativas” (publicidade, arquitetura, obras de arte e antiguidades, artesanato, *design*, moda, filme, videogame, música, artes performáticas, publicações, *softwares* e rádio e TV), cuja participação no produto chegava a 8% e a representação entre o total de trabalhadores estava entre 7% e 8%. Uma série de projetos e investimentos voltados para esses setores é posta em prática na busca de soluções para a então crise industrial britânica gerada por mudanças na economia mundial que se mostravam irreversíveis (MCROBBIE, 2011). Uma estratégia adaptativa a partir de novos setores chave para o crescimento econômico pela potencialidade de geração de empregos e ganhos com exportações, explorando vantagens comparativas do país (BOLAÑO, 2011b). Definidas no Reino Unido pelo *Department of Culture, Media and Sport* (DCMS) como “aquelas atividades que têm sua origem na criatividade, na habilidade e no talento individual, e que potencializam a criação de emprego e riqueza através da geração e exploração da propriedade intelectual” (NEWBIGIN, 2010, p.21), a escolha das atividades que fariam parte da política exclui, por exemplo, atividades científicas geradoras de patentes, mas inclui o setor de *softwares* – o que justifica em grande medida a dimensão e as taxas de crescimento apresentadas pelo governo britânico – ao mesmo tempo que legitima o apelo à publicidade e ao *marketing* e a desregulamentação de instituições culturais e da mídia (GARNHAM, 2005).

Desde então o modelo britânico tem sido uma referência central sobre o assunto, embora este tenha se expandido muito além dessa primeira formulação. O conceito de indústrias criativas foi exportado e incorporado às políticas públicas de outros países e regiões, que não necessariamente passavam pelo mesmo processo de desindustrialização, como cidades norte-americanas, mas também que nunca tinham desenvolvido uma base produtiva forte - como Queensland na Austrália ou a Nova Zelândia – regiões asiáticas que sofreram com o declínio das TICs - como Singapura, Taiwan, Hong Kong e Malásia – e diversos países periféricos – como Jamaica, Líbano, Colômbia e o próprio Brasil (FLEW; CUNNINGHAM, 2010; HARTLEY, 2005; KONG; O’CONNOR, 2009). Contudo, no continente europeu, houve certa

⁵¹ A renovação do partido trabalhista, sob a retórica bem construída do “*New Labour*”, pode ser interpretada como um produto da “Era Thatcher”, voltando a visão do partido para uma influência mais neoliberal e se afastando de sua perspectiva social democrata tradicional (HEFFERNAN, 2000).

⁵² No documento produzido pelo partido durante a campanha o termo usado era “indústrias culturais”, somente nos documentos de governo produzidos após as eleições pelo então criado *Department of Culture, Media and Sport* (DCMS), em 1998, é que o termo muda para “indústrias criativas” (GARNHAM, 2005).

resistência inicial ao termo, mantendo-se a ênfase nos setores culturais (FLEW; CUNNINGHAM, 2010)⁵³.

Tendo as discussões sobre indústrias criativas “nascido” na esfera das políticas públicas, uma série crescente de relatórios e estudos, em níveis local, nacional e internacional podem ser considerados referências importantes para a compreensão da evolução do que esta veio a ser, em termos de definições, estatísticas e aplicações práticas. À medida que o conceito migra, se adapta aos diferentes contextos e estratégias de cada país, variando em sua definição e classificação, embora se mantenham em torno de um núcleo mais ou menos comum (BOIX *et al.*, 2012; HARTLEY, 2005). A diversidade está presente não só nas definições, como nas metodologias de mensuração, variando a ênfase nas informações sobre firmas, empregos ou ocupação⁵⁴ (MARKUSEN *et al.*, 2008). Desconsiderando as diferenças, estes estudos em geral identificam nas indústrias criativas um crescimento consideravelmente mais elevado que da economia como um todo, um importante setor de exportações e um potencial de geração de empregos significativo e crescente (NEWBIGIN, 2010; PRATT, 2009; UNCTAD, 2010). A dimensão de tais estatísticas, por mais que sejam passíveis de contestação devido às imprecisões nas definições e à heterogeneidade dos dados, atrai cada vez mais o poder público de novos países.

Em 28 de agosto de 2000, ainda no *boom* da internet, a revista norte-americana *Businessweek* publica um artigo⁵⁵ cujo título traz pela primeira vez a expressão “economia criativa”, enfatizando os desafios para o sucesso de empresas no que seria um “novo mundo” em torno da produção de ideias e, conseqüentemente, da exploração do direito de propriedade intelectual.

⁵³ Apesar da inicial desconfiança com relação ao uso do termo “indústrias criativas” no continente europeu, em anos mais recentes a comunidade europeia parece querer recuperar o atraso, o que fica claro, por exemplo, pela instituição de 2009 como o “ano europeu da criatividade e inovação” (EUROPEAN COMMISSION, 2010); pela Declaração de Amsterdã, de fevereiro de 2010 – dirigida a formuladores de políticas nacionais e da União Europeia, com o objetivo de incentivar uma iniciativa pan-europeia em suporte às indústrias criativas; pela formalização, em maio de 2010 em Stuttgart, do *European Interest Group on Creativity and Innovation* (MGF INNOVATION AGENCY, 2010) e pela série de estudos encomendados pela *European Commission* (KEA EUROPEAN AFFAIRS, 2010, EUROPEAN COMMISSION, 2010, etc.).

⁵⁴ Como exemplifica Markusen *et al.* (2008), comparando diferentes métodos de mensuração, a economia criativa da cidade de Boston pode representar 1% ou 49% da economia local.

⁵⁵ O título completo em inglês é: *Creative Economy - Which companies will thrive in the coming years? Those that value ideas above all else* (COY, 2000).

Já em meados dessa nova década, com a incorporação da temática por diversos organismos internacionais, como órgãos vinculados à Organização das Nações Unidas (ONU) – UNCTAD e UNESCO – Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) e o próprio Banco Mundial, surgiram parâmetros internacionais de definição⁵⁶ e as primeiras mensurações⁵⁷, em termos globais, da dimensão destas indústrias. Para UNCTAD, as indústrias criativas

[...] are the cycles of creation, production and distribution of goods and services that use creativity and intellectual capital as primary inputs; constitute a set of knowledge-based activities, focused on but not limited to arts, potentially generating revenues from trade and **intellectual property rights**; comprise tangible products and intangible intellectual or artistic services with **creative content, economic value and market objectives**; stand at the **crossroads of the artisan, services and industrial sectors**; and constitute a new dynamic sector in world trade (UNCTAD, 2010, p.8, grifo nosso)⁵⁸.

A partir de tal definição as indústrias criativas são classificadas em quatro grupos: a) patrimônio, que corresponde a expressões tradicionais como artesanato, festas e comemorações e a espaços culturais como museus, bibliotecas e sítios arqueológicos; b) artes visuais e performáticas, como pintura, escultura, fotografia, antiguidades, apresentações musicais, de dança e de teatro, ópera, circo, etc.; c) mídia impressa e audiovisual, como livros, jornais e revistas, cinema, televisão, rádio, etc.; e d) criações funcionais como o *design* (gráfico, de interiores, de moda, de joias, de brinquedos, etc.), novas mídias (*softwares*, *videogames*, conteúdos criativos digitais) e serviços criativos – arquitetura, propaganda, serviços criativos digitais, Pesquisa e Desenvolvimento (P&D) criativo, etc.

É também a partir dos anos 2000 que a temática começa a se consolidar na esfera acadêmica. Como um novo campo, o número de pesquisadores e de estudos sobre o tema, embora ainda restrito, é cada vez maior (COSTA; SOUZA-SANTOS, 2011). Em 2004, uma edição especial sobre o tema foi publicada no *International Journal of Cultural Studies* sob o título *The new*

⁵⁶ Embora a UNCTAD (2010) defenda que não existe um modelo certo ou errado das indústrias criativas, mas simplesmente formas diferentes de interpretar as características estruturais dessa produção.

⁵⁷ Em nível mundial, devido à falta de dados e às diferenças de definição entre países, o principal indicador utilizado pela UNCTAD é o comércio internacional. O comércio mundial de bens e serviços criativos representava em 2008 um montante de 592 bilhões de dólares em exportações de bens e serviços (em comparação aos 267 bilhões de dólares em 2002), refletindo um crescimento anual médio de 14% entre 2002-2008 e o órgão espera uma manutenção da tendência de crescimento mesmo após a crise de 2008 (UNCTAD, 2010).

⁵⁸ “[...] são os ciclos de criação, produção e distribuição de bens e serviços que usam criatividade e capital intelectual como insumos primários; constituem um conjunto de atividades baseadas no conhecimento, focadas, mas não limitadas, nas artes, potencialmente gerando renda a partir do comércio e de **direitos de propriedade intelectual**; abrangem produtos tangíveis e serviços intelectuais e artísticos intangíveis com **conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado**; situam-se na **encruzilhada entre os setores artesanais, de serviço e industriais**; e constituem um novo setor dinâmico do comércio mundial” (tradução nossa, grifo nosso).

*economy, creativity and consumption*⁵⁹. Mantendo o pioneirismo australiano, em 2005, é fundado um centro acadêmico referência em estudos relacionados à indústria e economia criativa – *Centre of Excellence for Creative Industries and Innovation* – na *Queensland University of Technology* (QUT) localizada em Brisbane, em parceria com o *Australian Research Council* (ARC). A este centro estão ligadas algumas das principais referências na área, como Stuart Cunningham, Terry Flew, John Hartley e Michael Keane (MIGUEZ, 2007b).

O livro de Richard Caves, *Creative Industries*, de 2000, define as indústrias criativas como bens e serviços cujo valor se associa a um elemento cultural, artístico, ou de entretenimento, o que incluiria a publicação de livros e revistas, as artes visuais (pintura, escultura), artes cênicas (teatro, ópera, concertos, dança), gravações de som, cinema e filmes para TV e até mesmo moda, brinquedos e jogos. Nesta obra, Caves (2000) busca analisar a organização desses setores, utilizando como principal ferramenta a teoria dos contratos, além de estudos sobre organização industrial, a partir dos quais identifica algumas propriedades fundamentais das atividades criativas (relacionadas principalmente às incertezas, à variabilidade e à durabilidade envolvidas nesse tipo de produção), que as diferem substancial e sistematicamente das demais atividades no resto da economia (onde, segundo ele, a criatividade possuiria um papel “menor”) e que coloca em pauta uma série de discussões relacionadas, por exemplo, ao gerenciamento e consumo desses produtos e aos direitos de autor.

John Howkins, porém, em sua obra publicada pela primeira vez em 2001, *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, amplia consideravelmente o foco tentando demonstrar como a economia criativa vai muito além da cadeia de produção artístico-cultural. Howkins (2002) enfatiza a geração de propriedade intelectual como elemento chave para a economia criativa, reconhecendo ainda a importância das TIC's e das mudanças nos hábitos de consumo em direção ao lazer e ao “estilo de vida”. O autor relaciona diretamente a economia criativa à visão norte-americana sobre a “nova economia” na qual as ideias se sobrepõem ao capital físico, de modo que a capacidade de produzir algo novo (criatividade) e gerar, a partir disso, valor econômico passa a ser a sua principal característica. Neste sentido, criatividade não seria exclusividade da arte, mas estaria presente em todos os setores, forçados

⁵⁹ INTERNATIONAL JOURNAL OF CULTURAL STUDIES (2004).

pelo aumento da concorrência e pela volatilidade das novas tecnologias a inovar na forma de fazer negócios e a proteger sua produção por meio de direitos de propriedade intelectual, sejam eles direitos autorais, patentes, marcas ou *design*. Em obra mais recente, de 2009, *Creative Ecologies: Where Thinking is a Proper Job*, o autor analisa as condições “ecológicas” sob as quais a criatividade prioritariamente floresce: diversidade, mudança, aprendizagem e adaptação, demonstrando assim o papel dos grandes centros urbanos no desenvolvimento da economia criativa.

Este sentido amplo também é encontrado na obra *The Rise of the Creative Class - And How It's Transforming Work, Leisure and Everyday Life* (2002), de Richard Florida, quando este direciona a sua análise aos trabalhadores. O autor consolida o conceito de “classe criativa”, uma classe socioeconômica que tem na capacidade de geração de valor econômico através de seu capital criativo (que pode ser entendido como um tipo específico de capital humano) a sua principal característica. Para Florida (2002), essa classe domina o atual desenvolvimento econômico nas economias capitalistas pós-industriais, com grande poder de reorientar a organização das cidades e do trabalho. Segundo os dados que apresenta, em termos globais, um terço dos trabalhadores das economias industriais avançadas possuem empregos criativos⁶⁰, engajados na ciência, engenharia, pesquisa e desenvolvimento e no setor de desenvolvimento tecnológico das empresas, mas também nas artes, música, cultura, design ou profissões com base no conhecimento em outros setores, como nos setores de saúde, finanças e judiciário⁶¹. Este amplo setor criativo contabilizaria quase metade de toda renda salarial nos EUA.

O trabalho de Florida também se insere nas discussões sobre cidades criativas. O ponto de vista do autor sobre a relação entre criatividade e desenvolvimento das cidades concentra a sua preocupação no crescimento econômico, alcançado a partir do que ele chama de três T's: tecnologia, tolerância e talento. Defende, assim, a ideia de que uma cidade, para crescer,

⁶⁰ Muito semelhante ao dado apresentado por Castells (1999) para o que este autor define como “produtores informacionais”.

⁶¹Dois componentes: (1) Núcleo “super-criativo”: cientistas e engenheiros, professores universitários, poetas e romancistas, artistas, profissionais do entretenimento, atores, *designers* e arquitetos, escritores de não-ficção, editores, personalidades culturais, pesquisadores, analistas e outros formuladores de opiniões. São profissionais engajados neste tipo de trabalho regularmente - o que eles são pagos para fazer. (2) “Profissionais criativos”: trabalham em uma ampla gama de indústrias intensivas em conhecimento como setores de alta tecnologia, serviços financeiros, profissionais do direito e da saúde, gerentes de negócios. Profissões que requerem um alto grau de educação formal (capital humano) e permitem que, de tempos em tempos, os profissionais criem novos métodos ou produtos que se tornam amplamente úteis, mas isso não está incluído na descrição básica de suas funções (FLORIDA, 2002, p.68).

precisa atrair pessoas talentosas e diversas (de todos os sexos, raças, gays, casadas ou solteiras). E para atraí-las seria importante a construção de um ambiente culturalmente rico e variado, com condições estruturais tais como transporte de qualidade e, especialmente, facilidade de acesso ao ambiente de trabalho. Por sua ampla aceitação (o livro se tornou um *best-seller* nos EUA), a obra de Florida foi fundamental para popularizar ideias que levantaram a bandeira do “criativo”.

Em 2005, foi lançada a obra *Creative Industries*, organizada por John Hartley, que reuniu uma série ampla e eclética de autores (dentre os quais os já citados Landry, Howkins e Florida, e ainda nomes como Nestor García Canclini, Humberto Eco, Michael Porter, entre outros) na tentativa de uma delimitação conceitual mais rigorosa do que seria a indústria criativa. A obra se divide em quatro partes, em cada uma das quais discute, respectivamente, o “mundo criativo”, as identidades criativas, as práticas criativas e as cidades criativas. Logo na introdução, Hartley (2005) define as indústrias criativas:

[...] the idea of the CREATIVE INDUSTRIES seeks to describe the *conceptual and practical convergence* of the CREATIVE ARTS (individual talent) with Cultural Industries (mass scale), in the context of NEW MEDIA TECHNOLOGIES (ICTs) within a NEW KNOWLEDGE ECONOMY, for the use of NEWLY INTERACTIVE CITIZEN-CONSUMERS (HARTLEY, 2005, p.5, grifos do autor)⁶².

Com essa definição, o autor tenta cercar por todos os lados a discussão, deixando clara a importância das atividades artísticas e, em especial, das indústrias culturais, ao mesmo tempo em que busca caracterizar esse novo contexto no qual as formas de produção, transmissão e consumo se renovam constantemente através dos avanços tecnológicos, principalmente ligados ao setor de informação e comunicação. Embora para os pensadores de políticas essa possa ser uma definição demasiado ampla e imprecisa, nela ficam claros os principais pontos levantados nas discussões sobre a temática. Mais a frente, ao introduzir a parte sobre identidades criativas, o autor enfatiza a criação da identidade pessoal como um ato criativo, a partir da combinação de elementos privados e públicos, do consumo de bens e serviços e do uso de tecnologias de mediação interativas. Neste sentido, as indústrias criativas seriam aquelas que exploram a comercialização de identidades e cidadania, beneficiando-se de uma economia centralizada no consumo.

⁶² “[...] a ideia de INDÚSTRIAS CRIATIVAS procura descrever a *convergência conceitual e prática* das ARTES CRIATIVAS (talento individual) com as Indústrias Culturais (larga escala), no contexto das NOVAS TECNOLOGIAS DA INFORMAÇÃO (TICs) dentro da NOVA ECONOMIA DO CONHECIMENTO, para o uso dos MAIS NOVOS CIDADÃOS-CONSUMIDORES INTERATIVOS” (tradução nossa).

Para além destas obras acima citadas, outros livros e muitos artigos sobre o tema foram publicados, entre eles trabalhos empíricos e estudos de caso, trabalhos práticos (ROBINSON, 2001; VON STAMM, 2003) e visões críticas (FLEW, 2010; GARNHAM, 2005; HESMONDHALGH, 2008; MCROBBIE, 2011; SCOTT, 2008; VIVANT, 2012). É através de alguns destes outros trabalhos, e partindo dos aspectos e definições já mencionados, que são analisadas mais detalhadamente quatro propostas interpretativas, as quais julgou-se as mais importantes, entre as possíveis aplicações das expressões relacionadas à economia criativa.

3.2.1 Uma conciliação entre indústrias culturais e as artes subsidiadas

Foram os autores da teoria crítica da Escola de Frankfurt - Theodor Adorno e Max Horkheimer - que cunharam a expressão primária “indústria cultural” (nesse caso no singular), como parte do título de um capítulo do livro “A Dialética do Esclarecimento”, de 1947. A ideia de indústria cultural nasce, neste contexto, com a intenção de chocar⁶³. Cultura e indústria são entendidas como opostos colapsados (HESMONDHALGH, 2002), “uma unidade forçada daquilo que é inconcebível [...] compactados em um estado de conflito” (HULLOT-KENTOR, 2008, p.20)⁶⁴. Esta teria se desenvolvido “com o predomínio que o efeito, a performance tangível e o detalhe técnico alcançaram sobre a obra, que era outrora o veículo da Ideia e com essa foi liquidada” (ADORNO; HORKHEIMER, [1947], p.59). Não que o caráter mercantil das obras de arte fosse novo, a novidade estava no fato da arte se declarar deliberadamente como tal⁶⁵, desde a esfera da produção, renegando “a sua própria autonomia, incluindo-se orgulhosamente entre os bens de consumo” (ADORNO; HORKHEIMER, [1947], p.74).

A indústria cultural, portanto, teria sua origem “nas leis universais do capital” (ADORNO; HORKHEIMER, [1947], p.62), impondo a lucratividade como motivação heterônoma de produção (DURÃO, 2011). A sua lucratividade se expressaria, sobretudo, pela crescente atração à publicidade e pela massificação dos aparelhos de recepção, que transformam o

⁶³A crítica de Adorno e Horkheimer se relaciona ao fortalecimento da cultura de massa, cujo desenvolvimento remonta pelo menos ao fim do século XIX (EAGLETON, 2011, p.175). Mas esta expressão é evitada para excluir a possível interpretação de cultura de massa como “uma cultura que surge espontaneamente das próprias massas, a forma contemporânea de arte popular” (ADORNO, 2001, p.98).

⁶⁴Como explica o próprio Adorno anos mais tarde, a ideia de indústria, neste caso, não diz respeito estritamente ao processo de produção, mas à “incorporação de formas de organização industrial, mesmo quando nada é fabricado” (ADORNO, 2001, p.101).

⁶⁵ Vale lembrar que conceitualmente a noção de arte evolui exatamente no sentido de se especializar e se diferenciar da produção com objetivos mercadológicos, como já tratado no primeiro capítulo.

descanso e o lazer em um prolongamento do trabalho, uma vez que a este se assemelham em seu caráter mecanizado (ADORNO; HORKHEIMER, [1947], p.60).

A concepção frankfurtiana foi revista e criticada mais tarde, principalmente a partir da década de 1970, por autores franceses, como o sociólogo Bernard Miège, e ingleses, como Raymond Williams e Nicholas Garnham⁶⁶, que passaram a falar em indústrias culturais numa tentativa de pluralizar e sociologizar (HESMONDHALGH, 2008) a noção construída por Adorno e Horkheimer, tida como extrema e pessimista⁶⁷. Esta mudança para o plural busca dar conta da complexidade e ambivalência de um novo contexto, entendendo que os setores culturais não deveriam ser tratados como uma unidade (SEGERS; HUIJGH, 2006), seguindo uma mesma e única lógica. Os autores ressaltam as diferenças de um conjunto diverso e complexo de indústrias que competem entre si, seja pela renda e pelo tempo dos consumidores, seja pela renda de publicidade e propaganda ou mesmo por mão-de-obra (HESMONDHALGH, 2008). Além de rejeitarem o que identificam como certa nostalgia às formas pré-industriais de produção cultural.

Hesmondhalgh (2002) argumenta que o processo de mercantilização tem limitações e incompletudes. Defende uma visão das indústrias culturais e de seus produtos como complexos, ambivalentes e controvertidos (e não simplesmente servindo aos interesses de grandes corporações), uma vez que frequentemente veiculam ideias que vão contra o interesse do capitalismo ou da manutenção do *status quo* – em parte porque a existência da concorrência força ao atendimento da satisfação da audiência e em parte devido a fatores sociais e culturais sobre o que esperamos da arte e entretenimento. Para este autor, o campo das indústrias culturais seria um campo de luta e não de completa derrota a favor da razão instrumental e do capital.

Paralelamente, na literatura da Economia da Cultura, na maior parte das vezes que a expressão indústrias culturais (*cultural industries*) é empregada, faz referência a uma noção

⁶⁶ É interessante notar como, atualmente, Garnham e Hesmondhalgh são alguns dos principais críticos dos discursos relacionados às indústrias criativas, denunciando seu oportunismo e sua adequação aos ideais neoliberais (GARNHAM, 2005, HESMONDHALGH, 2008).

⁶⁷Estes autores podem ser inseridos em um conjunto mais amplo de abordagens conhecido como Economia Política da Cultura⁶⁷ (e Comunicação), crítica principalmente em relação à crescente concentração do poder comunicativo nas sociedades modernas (BOLAÑO, 2010). Nesta visão, as indústrias culturais se centram principalmente na mídia e se utilizam de formas características de produção e organização industrial para produzir e disseminar símbolos (HESMONDHALGH, 2008).

generalizante, como o conjunto de todos os setores que produzem bens e serviços que possam ser qualificados como culturais. Neste caso, o termo é meramente descritivo de um conjunto de atividades (talvez sendo mais bem traduzido como “setores culturais”).

No momento presente, a expressão original “indústria cultural” é completamente marginal no contexto político ou mesmo na academia. Mas, mais que isso, mesmo a ideia mais genérica – e também mais rasa – de indústrias culturais ou simplesmente setores culturais é tida como insuficiente, diante da complexidade de estruturas envolvidas no nível das discussões atuais, que lança mão do suporte de uma série de outras terminologias como indústria do *copyright* (ênfatisando a questão da propriedade intelectual), indústria do entretenimento ou do lazer, indústria da experiência (um conceito mais abrangente que em tese engloba as indústrias culturais), indústria da informação, etc. (SEGERS; HUIJGH, 2006)⁶⁸. Dentre estas terminologias novas vem ganhando um destaque cada vez maior a noção de indústrias criativas. Resta entender o porquê desta preferência.

Uma interpretação possível seria a de que a substituição do complemento “culturais” por “criativas” representaria uma recusa ao peso crítico que o primeiro carrega, tanto no singular quanto no plural – o que seria um enfoque incompatível com a necessidade de acomodação a uma visão neoliberal orientada por valores econômicos (HESMONDHALGH, 2008). Ao mesmo tempo, Garnham (2005) interpreta essa mudança como uma reorientação a um suporte político às artes voltado para o lado da oferta e afastando-se da ênfase na democratização e no acesso, que até então ganhava espaço.

Mas é possível interpretar essa mudança por uma terceira via, de certa forma complementar. Seguindo a já citada tendência ao hibridismo cultural (CANCLINI, 2000), a nova nomenclatura “indústrias criativas” representa a negação de uma dualidade historicamente construída: de um lado a antiga visão das artes tradicionais subsidiadas (*creative arts*) – duramente criticada por seu elitismo, referência ao consumo conspícuo, paternalismo estatal e desperdício de gastos -; do outro uma orientação que favorece abertamente a indústria

⁶⁸ Segundo Segers e Huijgh (2006, p.8), de 1945 a 1975 predominava na literatura (europeia) a atenção sobre as “*audiovisual industries*” e “*publishing and recording industries*” (ainda hoje consideradas o núcleo das indústrias culturais). De 1975 a 1995, começam a ganhar destaque as “*multimedia and advertising industries*”. E a partir de meados da década de 1990 as nomenclaturas se expandiram sobremaneira, ganhando cada vez mais espaço não só as “*telecommunication, computer, video/DVD, CDR, internet industries*” como também “*entertainment, fashion, design industries and industries in the sector of performing arts, virtual and plastic arts, architecture, etc.*”.

cultural, a cultura de massa e os interesses do mercado – justificando-se pelo princípio da democratização. As indústrias criativas representariam, assim, uma nova síntese capaz de conciliar e transformar estes dois lados⁶⁹ até então concorrentes da política cultural – grosso modo uma confrontação das visões europeia e americana – uma vez que o objetivo central passa a ser a exploração da cultura enquanto recurso econômico (criação de empregos, turismo, regeneração urbana, etc.) (HESMONDHALGH, 2008; BOLAÑO, 2002b), o que fica claro ao observar o conjunto de setores definidos pelo DCMS e a definição de indústrias criativas apresentada por Hartley (2005).

Contraposições antes explícitas – entre cultura (valor cultural) e mercado (valor comercial), arte e entretenimento, excelência e democracia, segmentação e massificação, o público e o privado, o nacional e o globalizado, liberdade e conforto, cidadão e consumidor (BOLAÑO, 2002b; AUSTRÁLIA, 1994; FLEW, 2002; HARTLEY, 2005, 2008; KONG; O’CONNOR, 2009; NEWBIGIN, 2010) – são aparentemente resolvidas simplesmente ao enfatizar a criatividade enquanto termo comum, o que, embora menos coerente, seria uma solução mais dinâmica, ambiciosa e de interesse político (CUNNIGHAM, 2005).

O que teria permitido essa resolução seria o novo contexto da economia do conhecimento e das novas tecnologias de informação – como também explicitado na definição de Hartley (2005) e na síntese seguinte:

Creative Industries as Art – generates a ‘negative’ economic model. Here creativity as a domain of market failure. Art requires subsidy from the rest of the economy. The policy response is therefore a ‘welfare’ model. This corresponds to a ‘residual’ dynamic of culture; Creative Industries as Media and Industry – generates a ‘neutral’ economic model. Media and industries require no special policy attention other than ‘competition’ policy. This corresponds to ‘dominant’ culture; Creative Industries as Knowledge (both Market and Culture) – generates a ‘positive,’ or an ‘emergent’ economic model. Here the creative industries are indeed a special case, because they can be seen as the locus for evolutionary growth at the fuzzy boundary between (cultural) social networks and (economic) enterprise, where markets play a crucial role in coordinating the adoption and retention of novelty as knowledge. They require ‘growth’ and ‘innovation’ policy. [...] (HARTLEY, 2008, p.9)⁷⁰.

⁶⁹ Na visão de Hartley (2005), mesmo o uso mais neutro da expressão “indústrias culturais” não dava conta dessa conciliação.

⁷⁰ “Indústrias Criativas enquanto Arte – geram um modelo econômico ‘negativo’. Aqui temos a criatividade enquanto um domínio das falhas de mercado. Arte requer subsídios do resto da economia. A resposta em termos de políticas é, portanto, um modelo de ‘bem-estar’. Isso corresponde a uma dinâmica ‘residual’ da cultura. Indústrias Criativas enquanto Mídia e Indústria – geram um modelo econômico ‘neutro’. Mídia e indústrias não demandam mais políticas públicas do que políticas de estímulo à ‘competição’. Isso corresponde à ‘cultura’ dominante; Indústrias Criativas enquanto Conhecimento (tanto Mercado como Cultura) – geram um modelo econômico ‘positivo’ ou ‘emergente’. Aqui as indústrias criativas são de fato um caso especial porque elas

O papel do Estado seria então o de garantir a competitividade, a inovação e o pluralismo, características que dão às indústrias criativas esse certo ar *cool* e de novidade compatível com a “nova economia”. O apelo às novas tecnologias e novas mídias e à presença de uma infraestrutura digital entram assim como um terceiro elemento dessa síntese e abrem caminho para a inclusão de setores “não tradicionais” como o de softwares e serviços computacionais, conteúdos virtuais (*e-content*s), P&D, publicidade, *design*, *games* – que tende a continuar se ampliando muito além da definição “original” do DCMS, dada a flexibilidade permitida pelo amplo sentido que o termo “criatividade” pode assumir⁷¹. O que torna possível dar ao conceito de indústrias criativas o peso econômico que as tem tornado tão atraentes (GARNHAM, 2005; HESMONDHALGH, 2008).

Essa miscelânea, embora politicamente útil, parece ter pouco sentido em termos acadêmicos quando equipara setores com realidades tão diversas. Um mesmo conceito para tratar grandes conglomerados competindo internacionalmente⁷² e micro e pequenos produtores independentes – estes últimos muito mais enfatizados como os ditos “empreendedores criativos” (GARNHAM, 2005) capazes de maximizar as vantagens via “especialização flexível” (SCOTT, 2006). Um empreendimento criativo pode ser a *Google* ou um artista de rua autônomo carregando seu próprio instrumento de trabalho. Para Garnham (2005), com o qual concorda Bolaño (2012), trata-se claramente da construção de uma hegemonia em torno da defesa dos direitos de propriedade intelectual⁷³.

podem ser vistas como o *locus* para um crescimento evolutivo na vaga fronteira entre redes sociais (culturais) e empresas (econômico), no qual os mercados possuem um papel crucial de coordenar a adoção e retenção de novidade como conhecimento. Elas requerem políticas de ‘crescimento’ e de ‘inovação’ [...]” (tradução nossa).

⁷¹ Cabe aqui a colocação de Bayardo (2013): “Mas também não está claro se são indústrias: a dança e os arquivos não são indústrias, os artesanatos são, por definição, o contrário de uma indústria. Tampouco está claro se são culturais, no mesmo sentido que a pintura e os museus, atividades como a propaganda e o software, a menos que se conceba que ‘tudo é cultura’ e, nesse caso, por que não incluir as mensagens corporais, a criação de animais de estimação e os negócios imobiliários que, sem dúvida, envolvem criatividade?”.

⁷² “As estruturas culturais do mundo são dominadas por nove corporações: General Electric, Bertelsmann, Time Warner, News Corporation, Sony, Liberty Media, Disney, Viacom e NBC. Elas dominam 85 por cento do mundo da música, todos os grandes estúdios de Hollywood, a maior parte dos serviços de satélite e a cabo, grandes fatias da publicação de livros e revistas e uma vasta gama de emissoras de TV [...]. Metade dessas companhias está localizada nos EUA e todas as outras na Europa Ocidental e Japão. Podemos ainda já inserir a República Popular da China para a lista das principais forças [...]” (MILLER, 2004, p.59, tradução nossa).

⁷³ O direito de autor, atualmente, se estende aos programas de computador (HOWKINS, 2002). O *North American Free Trade Agreement* (NAFTA), “redefiniu o conceito de ‘cultura’ como formas de propriedade que incluem os direitos autorais, patentes, marcas registradas, direitos de fitogeneticistas, desenhos industriais, segredos comerciais, circuitos integrados, indicadores geográficos, sinais de satélite codificados, e assim por diante” (YÚDICE, 2006, p.297).

O conceito de propriedade intelectual pode ser considerado o cerne da definição de indústrias criativas (LOVINK; ROSSITER, 2007; NEWBIGIN, 2010). A base argumentativa em defesa desse direito seria a ideia de que a criatividade floresce mais quando é recompensada (HOWKINS, 2002) e de que esta seria uma defesa em benefício direto aos profissionais criativos, donos das ideias, algo como uma necessidade moral (HESMONDHALGH, 2008; GARNHAM, 2005) que justificaria as barreiras impostas à difusão de conteúdos e, portanto, de conhecimento (BRINKLEY, 2006).

Porém, os títulos de propriedade intelectual, instância final de medida de valor das indústrias criativas, graças a relações contratuais desiguais, se transferem às grandes corporações (GARNHAM, 2005), “se vendem ou licenciam no mercado” (YÚDICE, 2007, p.6), funcionando como os eixos da “engrenagem do novo regime de acumulação” (YÚDICE, 2002, p.180). Yúdice (2006) é claro ao afirmar que

O que é mais importante é que os direitos autorais estão cada vez mais nas mãos dos produtores e distribuidores, dos maiores conglomerados de entretenimento que foram cumprindo gradualmente os requisitos para obter a propriedade intelectual, a tal ponto que os “criadores” são hoje um pouco mais do que meros “provedores de conteúdo”(YÚDICE, 2006, p.37).

E completa alertando que a expropriação se dá não só pela lei, como também pela força policial e militar, como na perseguição à pirataria (YÚDICE, 2006, p.60).

3.2.2 A ascensão da classe criativa

O conceito de indústrias criativas não foi suficiente, porém, para dar conta de todos os papéis centrais que a criatividade vem assumindo pra si na dinâmica socioeconômica atual, sobretudo na dinâmica urbana. Um primeiro aspecto desta colocação diz respeito à relação entre criatividade e trabalho. Se, por um lado, existe uma série de funções (serviços e trabalhos manuais) relacionadas às indústrias criativas que não estão relacionadas diretamente com o uso da criatividade, de outro, há uma série de profissionais cuja profissão envolve a aplicação direta de suas capacidades criativas na criação de valor econômico e que não se limitam a trabalhar nestas indústrias (HOWKINS, 2002; SCOTT, 2006). De fato, segundo relatório publicado no Reino Unido (HIGGS *et al.*, 2008) haveria mais “pessoas criativas” trabalhando fora das indústrias criativas do que dentro delas.

Estas pessoas não se resumem de modo algum aos artistas, embora estes sejam um núcleo importante e “paradigmático” (VIVANT, 2012, p.48) no que diz respeito ao modo de

organização das relações de trabalho. Ao mesmo tempo, estes são obrigados a se adaptar aos novos tempos, apesar das suas diferenças com relação aos “demais criativos”.

Os empresários culturais, apoiados em gerações mais jovens, que se encontram familiarizadas com as novas tecnologias, exigem que os produtores artísticos e comunicacionais sejam regidos por critérios de eficácia e rendimento no *design* de seus produtos, no uso do tempo e dos materiais, que cumpram os prazos na execução dos trabalhos, e estimem os preços levando em conta a lógica econômica e não apenas as necessidades intrínsecas da criação (CANCLINI, 2000, p.368).

Mais uma dualidade, neste caso entre sobreviver e se dedicar a uma vocação, que sempre foi característica do modo de vida dos artistas, parece se desfazer aos olhos dos que analisam os “criativos”.

Como já apresentado, a definição de classe criativa de Florida (2002) abrange as ocupações mais diversas e possui limites bastante elásticos, definindo-se por ser a classe de profissionais pagos para criar - seja na arte e na cultura (o que inclui artistas de rua e professores), seja nos setores industriais tecnologicamente avançados (e seus alto executivos), seja nos mercados financeiros (com seus financistas internacionais), seja até mesmo na forma de pensar a sociedade (como o fazem os “novos burocratas” do planejamento estratégico) – o que, de pronto, põe em questão sua pertinência (SCOTT, 2008, p.76; VIVANT, 2006).

Na visão de Florida (2002), a situação dessa classe, em relação aos demais trabalhadores, seria favorável, uma vez que controlam os meios de produção (sua própria criatividade)⁷⁴, o que lhes rende mais autonomia e flexibilidade – em termos de vestuário (*no-collar*), alocação de tempo ou local de trabalho – salários duas vezes maiores que a média e a possibilidade de integrar trabalho e lazer (realização e prazer) – embora reconheça a contrapartida em termos de *stress*, instabilidade, falta de tempo, etc. Segundo este autor, estes profissionais compartilham de um *ethos* comum, o que permite identificar suas características e valores enquanto classe: criatividade (autoexpressão), individualidade, abertura a diferença e meritocracia, a partir do qual baseiam um estilo de vida, em alguns aspectos, alternativo, em outros, tradicional (FLORIDA, 2002, p.82) – para Nicola *et al.* (2007), um encontro da ética boêmia com a ética protestante, que permite transformar a contracultura em espaço para converter capital humano em modo de fazer dinheiro, tal como bem denomina o rótulo *bobo* (*bohemian bourgeoisie*) (MARTINS, 2011).

⁷⁴ Nas palavras de Howkins (2002, p. ix): “Pessoas com ideias – pessoas que possuem ideias – tornaram-se mais poderosas que pessoas que trabalham com máquinas e, em muitos casos, mais poderosas do que pessoas que possuem máquinas” (tradução nossa).

Para Vivant (2006), a compreensão de Florida sobre o sentido de classe social é extremamente simplista, presa a um aglomerado estatístico em torno do emprego e do consumo que ignora uma análise qualitativa da existência ou não de uma consciência de classe. Para Nicola *et al.* (2007), trata-se de uma definição positiva da classe média⁷⁵, da valorização do seu estilo de vida próprio, com sua necessidade especial de construção de um capital simbólico que a diferencie (HARVEY, 1992, p.312). Nesse sentido, a diversidade da qual fala Florida (2002), como ele mesmo reconhece, é uma diversidade restrita a uma elite escolarizada. Ou seja, a classe “criativa” não é criativa simplesmente por acaso ou por vocação como se faz parecer, mas por corresponderem, em grande parte, a uma parcela privilegiada da sociedade (SCOTT, 2008, p.76).

Por outro lado, manter-se nessa “classe”, no contexto do capitalismo flexível (onde a flexibilidade é uma norma e não uma opção), significa se submeter a condições de trabalho que só a primeira vista parecem fáceis como Florida quer demonstrar. Os processos de trabalho - caracterizados cada vez mais por uma organização por projetos, laços mais frouxos entre trabalhador e empresa, crescimento do trabalho autônomo e temporário (desemprego frequente), e o correspondente grau de instabilidade, irregularidade, falta de proteção e risco que os acompanham - forçam entre os membros mais elitizados da força de trabalho uma “autoexploração” na forma de uma corrida individualista em busca de qualificação, redes de contatos e experiências que favoreçam sua autopromoção, que os exaure – obrigando-os abrir mão da vida pessoal em favor da profissional, aumentando os níveis de ansiedade e depressão, diminuindo o tempo e o ânimo para a participação na vida política e mesmo impondo restrições a sua capacidade criativa, uma vez que estas devem se adequar as necessidades do mercado (HESMONDHALGH, 2008, MCROBBIE, 2011; RAUNIG, 2007; SCOTT, 2006, 2008; VIVANT, 2012).

Ao mesmo tempo, Florida (2002) destaca como a própria existência da classe criativa e as demandas que esta gera como uma classe bem remunerada e muito ocupada, reforça o crescimento de uma classe de serviços em ocupações de baixo salário e pouca autonomia (são domésticas, *office boys*, secretárias, garçons, cuidadores, etc.), reforçando a polarização de renda inerente à lógica neoliberal (ROSS, 2007; SCOTT, 2008).

⁷⁵Em detrimento de uma definição negativa como aqueles que não pertencem nem a classe proletária, nem a classe capitalista.

De fato, em ambas as classes, ou na classe trabalhadora de modo geral, ao mesmo tempo em que cresce a exigência por habilidades ditas intelectuais ou criativas - racionais ou emotivas, nos termos de Scott (2008) – cresce a extensão com que a vida do trabalhador é subsumida pelo capital e que as condições de precariedade se estendem do trabalho para a vida como um todo. As fronteiras entre o mundo do trabalho e o da vida ficam mais tênues e é esse o verdadeiro sentido em que lazer e trabalho se misturam (PIRES, 2009; RAUNIG, 2007; RUBIM, 2009).

3.2.3 A aglomeração da criatividade e a formação de *clusters*

Segundo Vivant (2012, p.58), “a proximidade geográfica fluidifica e torna suportável uma organização de trabalho baseada na instabilidade, na flexibilidade [...]”. Assim, um aspecto em que a criatividade demanda um novo termo diz respeito a essa necessidade (ou a tendência) de concentração (no sentido de aglomeração espacial), seja em termos de empresas ou de pessoas (classe criativa), para que ela se fortaleça (BOIX *et al.*, 2012)⁷⁶. É neste sentido que se fala em “*clusters* criativos”, embora não haja uma definição única e clara a respeito deste conceito⁷⁷.

O conceito de *cluster*, promovido por Michael Porter, ganhou grande notoriedade a partir dos anos 1990, não somente como um conceito analítico, mas também como uma importante ferramenta política (ou mesmo como uma marca) – de modo muito semelhante à evolução da ideia de indústrias criativas. Como esta, surge⁷⁸ associada às discussões sobre economia do conhecimento e “nova economia”, partindo da compreensão de que a maior integração da economia global, ao facilitar a queda nos custos de transporte e a redução nas barreiras comerciais, incentivaria a especialização produtiva em determinadas áreas, em vistas aos benefícios gerados por economias externas em favor da inovação e do crescimento da produtividade (MARTIN; SUNLEY, 2003).

⁷⁶ O que, de alguma maneira, vai em direção oposta à sua defesa via propriedade intelectual.

⁷⁷ De fato, são muitas as terminologias concorrentes, falando-se ainda em “sistemas de produção nas indústrias criativas”, “sistemas criativos locais”, “centros criativos” ou “redes criativas” (BOIX *et al.*, 2012; COSTA, 2012; LAZZERETTI *et al.*, 2012), campo criativo (SCOTT, 2006) e ainda “*creative placemaking*” (MARKUSEN; GADWA, 2010), embora as diferenças sejam, para o nível da discussão aqui apresentada, marginais.

⁷⁸ Ou ressurgiu, uma vez que pode ser considerada uma entre as várias reinterpretações do pensamento de Alfred Marshall sobre o tema (FLEW, 2002; MARTIN; SUNLEY, 2003).

Da forma como Porter o define⁷⁹, o conceito é extremamente vago, tanto em termos da escala geográfica como da dinâmica socioeconômica interna (as relações entre as firmas podem ser verticais ou horizontais, podem predominar as pequenas e médias empresas ou um misto destas com grandes companhias, pode tratar de indústrias tradicionais ou de alta-tecnologia, a proximidade geográfica pode ser considerada em escala nacional, regional, local ou intra-local) o que, de certa forma, enfraquece o valor analítico e empírico do conceito (MARTIN; SUNLEY, 2003). A ideia de *cluster* criativo combina definições imprecisas e difusas – de *cluster* e de indústrias/classes criativas – que emergem conjuntamente no discurso político e se adéquam as pautas de regeneração urbana, necessidade de geração de empregos, promoção da cultura para o desenvolvimento local, etc. (FLEW, 2010; HESMONDHALGH, 2008; KONG; O’CONNOR, 2009).

Alguns dos principais exemplos que podem ser interpretados como *clusters* criativos seriam o desenvolvimento de tecnologias de ponta no Vale do Silício, o polo de entretenimento no entorno de Hollywood, os centros financeiros e de negócios de Londres e Nova York⁸⁰ e os polos da moda como Paris, Milão e Tóquio (FLEW, 2010; SCOTT, 2008). De fato, é possível dizer que os grandes centros urbanos como as ditas “cidades globais” acumulam um conjunto de *clusters* criativos – ou um grande *cluster* diversificado dependendo da definição – interagindo entre si e alimentando mutuamente uns aos outros⁸¹ (e, conseqüentemente, uma quantidade enorme de empregos criativos) (BOIX *et al.*, 2012; VIVANT, 2012). Como alerta Flew (2010),

[t]he “civic gold rush” to build creative clusters in the hope of attracting major creative industries firms away from these global centers is somewhat delusional in the face of powerful forces promoting agglomeration and sustained competitive advantage in the established urban spaces” (FLEW, 2010, p.87)⁸².

⁷⁹ “Concentrações geográficas de companhias interconectadas, fornecedores especializados, provedores de serviços, firmas de indústrias relacionadas, e instituições associadas (por exemplo, universidade, agências de classificação e associações de comércio) de campos específicos que competem, mas também cooperam” (PORTER, 1998, p.197 *apud* MARTIN; SUNLEY, 2003, p.10, tradução nossa).

⁸⁰ Flew(2010) destaca a correlação positiva que há entre a localização destes centros de serviços financeiros e a da indústria de entretenimento e arte, uma vez que são locais que oferecem amplo acesso e consumo aos serviços e bens culturais.

⁸¹“Dessa forma, práticas de design ou inovações de moda que aparecem em um distrito são geralmente imitadas por outros; de maneira semelhante, um distrito particular da cidade pode gerar trabalhadores com tipos específicos de habilidade que são necessários em outras partes da mesma cidade; e efeitos de reputação que derivam de uma indústria em particular (e.g. cinema) em um local específico podem ser apropriados por outras indústrias (e. g. moda) em localidades adjacentes” (SCOTT, 2008, p.98, tradução nossa).

⁸² “[...] a ‘corrida cívica de ouro’ para construir *clusters* criativos na esperança de atrair grandes indústrias criativas para longe desses centros globais é um tanto delirante diante das poderosas forças promovendo aglomeração e vantagens competitivas sustentáveis (duradouras?) nos espaços urbanos consolidados” (tradução nossa).

No contexto intra-urbano, um exemplo de *cluster* criativo sobre o qual muito se tem discutido relaciona-se ao ambiente construído em torno de grandes centros culturais, em geral parcerias público-privadas, cuja arquitetura “espetacular” já é por si só um ponto de destaque (VIVANT, 2012) – seja a partir da recuperação de prédios industriais, como é o caso da estação de eletricidade (*Bankside Power Station*) que se converteu no *TATE Modern*, em Londres, seja como uma intervenção nova, como a do pioneiro *Centre Pompidou* ou do elaborado museu *Guggenheim Bilbao* (VERHAGEN, 2011). Para Smith (2005), estes espaços culturais icônicos, de tamanha escala e importância, podem ser considerados símbolos de regeneração urbana, estimulando a aglomeração de empresas criativas de menor porte no entorno, além de outras atrações culturais, outros prédios de comércio – o que, gradualmente, fomenta a regeneração social e econômica de áreas a princípio degradadas ou abandonadas.

Para Lazzeretti *et al.* (2012), não só esses grandes centros culturais, mas o patrimônio cultural de modo geral (lugares, prédios, monumentos, pinturas e artefatos históricos), presente em “cidades da arte” como Florença (Itália), Veneza (Itália) e Sevilla (Espanha), é fundamental na determinação de *clusters* criativos, por afetar as percepções e atitudes em relação à criatividade e por estimular outras atividades criativas relacionadas à sua conservação, melhoria e gerenciamento econômico. Para estes autores, a ideia de *cluster* criativo pressupõe a capacidade de inovação, sendo neste sentido que falam em “capacidade criativa da cultura” (CCC) como a capacidade da cultura de “rejuvenescer” lugares, profissões e setores, através de processos de inovação por “fertilização cruzada” e serendipidade⁸³ (LAZZERETTI; CINTI, 2012).

Outros exemplos que também são geralmente incluídos como de *clusters* criativos são os dos bairros ou distritos culturais. Um estudo comparativo de três exemplos destas estruturas (Bairro Alto em Lisboa, Gracia em Barcelona e Vila Madalena em São Paulo) demonstra como a “tomada” (ocupação) de áreas residenciais ou antigas áreas industriais por segmentos “criativos” (artistas, boêmios, atividades culturais, vida noturna, etc.) tem estimulado a transformação destas áreas na direção do que seriam os *clusters* criativos. O interessante a se notar neste caso é que este processo pode ocorrer simultaneamente como uma iniciativa “de

⁸³ Uma tecnologia de limpeza e restauração de obras de arte por laser, descoberta por acaso (serendipidade), e que dialoga diretamente com as tecnologias de diagnósticos médicos (fertilização cruzada), é apresentado pela autora como um exemplo de inovação gerada por uma capacidade criativa de um ambiente criativo como o das “cidades das artes”.

baixo para cima” – que brota da própria população – e “de cima para baixo” – a partir de políticas governamentais – como no caso de Poblenu (Espanha). Por um lado, instalações industriais abandonadas ainda estão sendo ocupadas por coletivos de artistas (formal ou informalmente, com ocupação ilegal, aluguel, ou ocupação temporária) – como espaços de trabalho e de vida (VIVANT, 2012, p.37) – ao mesmo tempo em que, através de uma operação de redesenvolvimento urbano, os órgãos públicos locais buscam mesclar a atratividade dessas atividades criativas – e a reputação de “criativo” que estas conferem ao lugar – com políticas de desenvolvimento imobiliário para atrair várias indústrias criativas – no caso de Poblenu, principalmente em campos relacionados com a pesquisa e o desenvolvimento de alta tecnologia (P&D) ou audiovisual e multimídia (COSTA, 2012).

Essa institucionalização e desenvolvimento de setores culturais formatados e planejados reforça o processo, que, de certa maneira, já ocorre “espontaneamente”, de gentrificação e valorização comercial, que expulsa as atividades criativas primeiramente instaladas – o que Vivant (2012) denomina arte *off* – e abre espaço para a instalação de artistas, arquitetos e *designers* de renome e para a construção de um espaço mais “seguro” de comércio e lazer onde se encontram galerias de arte, lojas de antiguidades, salas de espetáculos, livrarias e cafés, mais dispostos a pagar pelo preço da terra. Embora um número cada vez maior de pessoas reconheça o local como “criativo”, e a venda de produtos criativos cresça, a criatividade original não está mais presente (COSTA, 2012). Assim, “a boemia, tão apreciada por Richard Florida, corre o risco de desaparecer em consequência das medidas que ele preconiza a fim de trazer para a cidade a classe criativa” (VIVANT, 2012, p.26).

Para Vivant (2012), o processo de gentrificação não é iniciado pelos artistas que ocupam primariamente estes espaços, pois estes seriam apenas um “revelador da população diretamente interessada no processo de retorno à cidade” (VIVANT, 2012, p.47), uma nova classe média⁸⁴ (classe criativa do Florida) disposta a abrir mão da qualidade e aparência de sua moradia para se beneficiar dos recursos da centralidade – dadas as condições de trabalho mais instáveis e as carreiras mais incertas. Assim, tratar-se-ia de uma luta de classes em escala urbana, dissimulada por um vocabulário de revitalização e mistura social, que provoca mudança das estruturas comerciais, imposição de novas normas e valores nos espaços locais

⁸⁴ Zukin (1996) relata como, já a partir dos anos 1960, um número cada vez maior de pessoas classe média alta em cidades como Nova York e Londres começa a se mudar para áreas residenciais de classe baixa e distritos manufatureiros atraídos tanto pela centralidade como por aspirações ligadas ao poder cultural que a centralidade representa.

de debate e decisão, incentivo a privatização e apropriação do espaço público pela parte mais abastada dos habitantes e a homogeneização de uma paisagem global de consumo cosmopolita.

3.2.4 Cidades criativas como estratégia de regeneração urbana

A presença de indústrias criativas, da classe criativa ou, ainda, de *clusters* criativos, podem ser considerados elementos definidores das cidades criativas (REIS; URANI, 2011)⁸⁵. Essa ideia de cidade criativa estabelece definitivamente a relação entre economia criativa e desenvolvimento urbano e torna-se cada vez mais atrativa para os formuladores de políticas da esfera local, seja visando o turismo, a construção de uma imagem ou a atração de mão-de-obra qualificada – além da já citada regeneração de antigas áreas industriais abandonadas. Muitas cidades no mundo todo tem se voltado a essa estratégia⁸⁶ (SCOTT, 2008).

O conceito tem sido amplamente discutido e, para além de uma definição atrelada somente aos demais conceitos “criativos”, abriga as ideias mais diversas como “lugares transformados em lugares para ser vistos” (TAY, 2005), que possuem uma “aura sensorial” e que estão “em mudança constante” (REIS, 2011a), ou ainda “que oferecem ao mundo soluções para os problemas ambientais globais” (LIN, 2011). Mas permanecem alguns pontos centrais como a presença de um ambiente cultural e artístico marcante (REIS, 2011a; SCOTT, 2006; TAY, 2005; VIVANT, 2012), além da importância do consumo e da inovação na criação de um ambiente criativo (*creative milieu*), por sua vez fundamental para o desenvolvimento econômico, social e político (LIN, 2011; TAY, 2005). Os grandes centros se adéquam ao conceito por suas vantagens óbvias em termos de economias de aglomeração, pela concentração de capitais, etc. (TAY, 2005). Mas também há pequenos centros urbanos que buscam se adequar, beneficiando-se de suas tradições e idiossincrasias culturais ou promovendo grandes eventos (feiras, festivais, etc.) (HARTLEY, 2005; SCOTT, 2008).

A ideia de cidades criativas é claramente um conceito apropriado politicamente. Não se trata simplesmente de identificar cidades que possuem certas características, mas de pensar

⁸⁵Para uma discussão sobre regiões criativas, ver Cooke e Schwartz (2007).

⁸⁶A UNESCO fundou, em 2004, a Rede de Cidades Criativas com a finalidade de facilitar a troca de conhecimentos, experiências e práticas de sucesso entre cidades (especialmente as que não são capitais) com histórico de desenvolvimento nas áreas de literatura, cinema, música, arte popular, *design*, tecnologia da informação ou mídias artísticas e gastronomia, como uma forma de favorecer que por meio destas indústrias criativas os locais se desenvolvam econômica e socialmente. Atualmente são 41 cidades membro. Lista completa disponível em <<http://www.unesco.org/new/en/culture/themes/creativity/creative-cities-network/who-are-the-members/>>. Acesso em: agosto de 2014.

estratégias políticas de transformação de uma cidade “qualquer”, em cidade criativa. Estas estratégias são as mais amplas possíveis⁸⁷, tendo grande importância a construção de uma “governança” comum entre governos, mercados, empreendedores e empresas privadas e sociedade civil (LIN, 2011). Assim, urbanistas em voga, como Richard Florida e Charles Landry, são requisitados como consultores por muitos gestores municipais para a promoção de um tipo específico de *marketing* urbano em torno do conceito de cidade criativa. Porém, enquanto a visão de Landry (2006a, 2011) enfatiza, na relação entre criatividade e a cidade, a forma como a primeira pode ser útil para solucionar os problemas da segunda, Florida, ao contrário, reforça a necessidade de adaptação da cidade a fim de torná-la adequada à criatividade.

Para Florida (2002), uma cidade criativa se constrói pela atração e manutenção da classe criativa e do respectivo *ethos* criativo em torno desta (baseado nos 3 T’s anteriormente mencionados: tolerância, talento e tecnologia), o que, conseqüentemente, estimularia a inovação, geração de emprego e crescimento econômico (FLORIDA, 2002, p.249) – o que o leva a concluir sobre a necessidade de reduzir a participação relativa dos demais trabalhadores industriais e do setor de serviços, garantir a mobilidade urbana, enfraquecer as barreiras a entrada e de participação, criar amenidades (mais relacionadas a presença de ciclovias e restaurantes da moda do que a cinemas e galerias de arte) e ampliar o emprego criativo (que paga bem e adiciona valor). A fim de mensurar a presença da classe criativa e confirmar sua relação com a inovação e o crescimento, o autor se baseia em uma série de índices⁸⁸ e análises estatísticas. Sobre este aspecto metodológico, a forma de construção dos índices bem como as

⁸⁷“O segundo desafio apresentado aos autores foi o de explorar as condições fundamentais para favorecer o desabrochar da cidade criativa. Assim como Landry propõe 3Cs (cultura, comunicação e cooperação), Verhagen defende que uma cidade criativa é “limpa, verde e segura”; Howkins salienta “aprendizado, colaboração, novidade”; Strickland chama a atenção para “justiça, igualdade, diversidade”; Kageyama menciona um misto de atributos racionais e emocionais, tornando a cidade criativa “funcional, segura, confortável, convívial”; Fonseca e Urani sugerem que ela tem por base “conexões, cultura e inovações”, em linha com o pensamento de Lerner, voltado a “sustentabilidade, mobilidade e solidariedade”; e Pardo apresenta quatro requisitos para uma cidade ser considerada criativa: exercício da livre cidadania; ambientes socialmente complexos; áreas culturalmente dinâmicas; qualidade de vida democrática, combinada com segurança” (REIS, 2011a, p.26).

⁸⁸1) *Talent Index*: população com grau universitário ou mais; 2) *Innovation Index*: patentes concedidas per capita; 3) *High-Tech Index*: o tamanho e a concentração da economia de uma região em setores como software, eletrônicos, produtos biomédicos e serviços de engenharia. 4) *Melting Pot Index*: regiões mais diversas em termos da presença de imigrantes 5) *Gay Index*: casais de gays morando juntos. 6) *Bohemian Index*: número de escritores, designers, músicos, atores e diretores, pintores e escultores, fotógrafos e dançarinos. 7) *Compositive Diversity Index* (CDI): uma composição entre Gay Index, Melting Pot Index, Bohemian Index (FLORIDA, 2002, p.249-266).

correlações defendidas a partir de sua análise vem sofrendo duras críticas da academia (KONG; O'CONNOR, 2009; LOVINK; ROSSITER, 2007; VIVANT, 2006, 2012).

Mas as críticas não se resumem a estes aspectos e vem de todos os lados. Na esfera política, conservadores o criticam por sua visão sobre a diversidade e a homossexualidade (o que seria um ataque contra os valores familiares tradicionais). A esquerda, por sua vez, o critica pelas interpretações neoliberais que podem ser concluídas de seu trabalho, uma vez que este entende haver a necessidade de priorizar ações políticas em benefício da classe criativa, em detrimento de políticas para os mais pobres, visando garantir um dinamismo econômico que, em tese, seria a melhor maneira de beneficiar a todos – visão que parece não ter muita eficácia dada as desigualdades presentes nos Estados-Unidos (VIVANT, 2006). De fato, lugares mais criativos tendem a ser também os lugares mais desiguais (FLEW, 2010). Outro aspecto criticado diz respeito à confusão feita por Florida entre região metropolitana e centro urbano, uma vez que o autor atrela resultados da dinâmica econômica da metrópole como um todo a hábitos culturais e de consumo restritos a centralidade, “ocultando assim a diversidade dos contextos residenciais no seio de uma aglomeração” (VIVANT, 2012, p.78) e ignorando mesmo o fato de que grande parte do que considera classe criativa é residente dos subúrbios americanos e não se reconhece nesses hábitos boêmios.

Por fim, o trabalho sofreu duras críticas de vários autores que, apesar de se identificarem com o conceito e as políticas relacionadas às cidades criativas, possuem uma visão diferente sobre o que estas significam. Conforme destaca Scott (2006), a criatividade nas cidades não é algo que pode ser simplesmente importado a partir da atração de uma “classe criativa”, mas sim deve se desenvolver a partir de inter-relações na produção, trabalho e na vida social. Rotem (2011), por sua vez, acredita que as cidades criativas são aquelas que oferecem um ambiente estimulante, e não as que se concentram em uma clientela mercurial, uma vez que tentar adequar a cidade para que ela se torne certa para uma “classe criativa” elimina a essência da ideia de espaço público.

Por sua vez, para Charles Landry, problemas urbanos, entre eles “lidar com os sem-teto, criar riqueza ou melhorar o ambiente visual” (LANDRY, 2011, p.13), podem ser resolvidos através de soluções criativas e inovadoras, qualquer que seja a cidade e a dimensão destes problemas (LANDRY, 2006a, p.xi). Para tanto, seria necessário conhecer experiências de sucesso em todo o mundo – embora a análise do autor se concentre nos exemplos europeus, como a já

citada experiência de Barcelona nos anos 1990 – e a postura das lideranças envolvidas nestas experiências⁸⁹ no modo como implantaram soluções – seja o investimento em uma arquitetura inspiradora, em transportes públicos “*that is joy to use*” (incluindo o uso de bicicletas, o estímulo ao tráfego de pedestres, e a transformação de estacionamentos em praças públicas), em ambientes que estimulam o aprendizado e a agitação urbana e em celebrações que capturam o inusitado e criativo ou, até mesmo, novas iniciativas relacionadas ao serviço bancário a populações carentes. Neste sentido, seu entendimento sobre cidade criativa não está ligado diretamente à relação com indústrias/classe criativa, passando muito mais pela forma como a administração pública, na sua relação com empresas privadas e sociedade civil, encara a gestão da cidade. Assim, em *Creative City*, Landry alerta:

A set of new terms and concepts for talking about cities runs through the text: civic creativity, a creativity harnessed towards the public good; the cycle of urban creativity and how it can be developed, implemented and made virtuous; the lifecycle of urban innovation concept; urban R&D and how pilot projects can be developed, mainstreamed and replicated; cultural resources and how they can be applied; how to think of the city as a learning organism and, finally, the creation of a new form of literacy - the capacity to 'read' and understand cities, whoever you are - called urban literacy (LANDRY, 2006a, p.xvi)⁹⁰.

Pessoas e organizações criativas, porém, seriam fundamentais para a criação do ambiente criativo sobre o qual age essa administração (LANDRY, 2006a, p.xii-xv), favorecendo uma mudança de mentalidade que facilite a população a se tornar agente da mudança (LANDRY, 2011, p.14). Do mesmo modo, explorar os recursos culturais através da criatividade, passa a ser o método pelo qual os urbanistas encontram as soluções necessárias – o que o local tem de diferente, único e especial em termos de “patrimônio histórico, industrial e artístico, bem como paisagens e marcos urbanos”, ou ainda, “tradições locais de vida pública, festivais, rituais ou histórias, além de *hobbies*, entusiasmo e a capacidade de falar línguas estrangeiras, comida e cozinha, atividades de lazer, subculturas ou tradições intelectuais” (LANDRY, 2011, p.15).

O pragmatismo do teórico chega a ponto de estabelecer o que seria uma lista de dez estratégias iniciais para a implantação do processo da cidade criativa, como segue enumerado:

⁸⁹ Nas palavras de Vainer (2000, p.97), “nestas condições, a individualização de lideranças carismáticas torna-se elemento estruturador do próprio projeto”.

⁹⁰ “Um conjunto de novos termos e conceitos para falar sobre as cidades se evidencia ao longo do texto: criatividade cívica, a criatividade aproveitada em benefício do bem público; ciclo da criatividade urbana e como ele pode ser desenvolvido, implantado e tornado virtuoso; o ciclo de vida do conceito de inovação urbana; P&D urbano e como projetos piloto podem ser desenvolvidos, integrados e replicados; recursos culturais e como eles podem ser utilizados; como pensar a cidade como um organismo que aprende e, finalmente, a criação de uma nova forma de alfabetização – a capacidade de ‘ler’ e entender cidades, não importando quem você seja – chamada de alfabetização urbana” (tradução nossa).

1) Precipitate a culture of crisis; 2) Identify a largish group of project champions from different sectors who are interested in the broader creativity agenda; 3) Undertake an audit of creative potential and obstacles; 4) Identify some key projects in your own city that stand **as examples of good practice**; 5) Develop the evidence that proves your arguments about the value and impact of the nexus of culture, broadly defined creativity, the arts and imaginative uses of technology. Highlight examples from different parts of the world and especially **those you perceive to be your competitors**; 6) Seek to influence the city's 'master' strategy. This is usually spatially or economically driven; 7) Create a series of pilot projects that can be seen as experiments, perhaps under the cover of a major event, such as an Expo, a festival or large physical regeneration project; 8) Assess how the story of your city is told internally and externally. Is the story still true and relevant to what you want to achieve? **Generate a new story, if necessary**; 9) Create an advocacy lobby group that embodies, in the way it acts, holds meetings or arranges seminars, the creativity you are aspiring to; 10) **Do not call yourself a creative city** – let others do that by respecting what you have achieved. Ironically, cities which look for tick-box solutions to creativity branding are in fact doing the inverse of what is required (LANDRY, 2006b, p.422, grifo nosso)⁹¹.

Tanto a visão de Florida quanto a de Landry sobre a cidade criativa incorporam uma compreensão marcante sobre a necessidade da cidade de competir com as demais, no intuito de assegurar investimentos, mercado e atrair visitantes, profissionais qualificados, população abastada e culta (SCOTT, 2006, 2008; VIVANT, 2012, p.20). O paradoxo é que a busca por diferenciação coincide com a busca de adaptação às necessidades do mercado e de seus investidores, o que faz com que cidades criativas no fundo se tornem cada vez mais o espelho umas das outras (D'OVIDIO; COSSU, 2014; YÚDICE, 2007). Se “todas as cidades jogam com as mesmas cartas” (VIVANT, 2012, p.77), a estratégia perde força e eficácia.

Os “exemplos de sucesso”, por um lado, contam com contextos e características muito específicas e longos processos não transportáveis a outros lugares (REIS; URANI, 2011) ou impossíveis de reunir novamente (VIVANT, 2012, p.73). Por outro lado, mesmos estes exemplos não possuem soluções claras para a questão da gentrificação e da polarização

⁹¹ “1) Precipitar uma cultura de crise; 2) Identificar um largo grupo de projetos campeões de diferentes setores que estejam interessados na ampla agenda da criatividade; 3) Realizar uma auditoria dos potenciais criativos e dos obstáculos; 4) Identificar alguns projetos-chave na sua própria cidade que se configurem como **um exemplo de boa prática**; 5) Desenvolver as evidências que provem seus argumentos sobre o valor do nexo entre cultura, criatividade amplamente definida, as artes e os usos criativos da tecnologia. Realçar exemplos de diferentes partes do mundo e especialmente **daquelas que você identifica como suas competidoras**; 6) Procurar influenciar a estratégia ‘principal’ da cidade; 7) Criar uma série de projetos-piloto que possam ser vistos como experimentos, talvez sob a cobertura de um grande evento, tal como uma exposição, um festival ou um grande projeto de regeneração física; 8) Avaliar como a história da sua cidade é contada internamente e externamente. A história ainda é verdadeira e relevante para o que você deseja alcançar? **Crie uma nova história, se necessário**; 9) Crie um grupo de defensores que encarna, na maneira como age, realiza reuniões e organiza seminários, a criatividade que você está aspirando; 10) **Não se autodenomine de cidade criativa** – deixe que outros o façam em respeito ao que você alcançou. Ironicamente, cidades que estão procurando por soluções pré-moldadas para ganharem a marca de criativas estão, de fato, fazendo o contrário do que é necessário” (tradução nossa, grifo nosso).

socioeconômica (REIS, 2011a; REIS; URANI, 2011; SCOTT, 2006), ocultando por trás de uma superfície brilhante sua miséria subjacente (SCOTT, 2008, p. 18).

A regeneração de espaços deteriorados e a criação de novos espaços culturais geram um valor apropriado pelas “classes devidamente posicionadas para ter acesso a ele” (YÚDICE, 2006, p.256), muitas vezes ao custo da expulsão de comunidades pobres (valorizadas somente de acordo com os interesses) ou do seu controle através de uma rígida política de segurança (o que inclui, se necessário, a instalação de câmeras de segurança nas ruas) em vista a garantir a tão falada “qualidade de vida” ofertada como propaganda das cidades.

Large segments of the urban population face serious impediments to participation as full-blown citizens in daily life and work, a circumstance that generates high costs to the individuals directly concerned, and—via the multiple negative externalities that result from this situation—to urban society as a whole (SCOTT, 2008, p.74)⁹².

Deste modo, a celebrada diversidade oculta uma paisagem dual e cada vez mais distanciada que mantém inexplorado o verdadeiro potencial criativo de grande parcela da população urbana.

Na visão de Flew (2010), ao conjunto de motivações - marca, infraestrutura cultural, novos usos de áreas industriais – e de “benefícios” da cidade criativa - ampliação do entendimento do que é cultura, assimilação da importância do estilo de vida e consumo para o planejamento urbano, imagem renovada das cidades – deve-se acrescentar um conjunto ainda maior de problemas criados, como a confusão entre cultura e entretenimento, lazer ou serviços, a contradição entre desenvolvimento econômico e inclusão social, a captura da agenda urbana por interesses privados e o efeito paradoxal de homogeneização urbana em torno do complexo “universidade, incubadoras, cafês e galerias” (FLEW, 2010).

Cabe voltar, neste ponto, à discussão sobre o contexto em torno da construção dos conceitos “criativos”, no que diz respeito especificamente às cidades. A crise da cidade industrial fordista e o seu rastro de desindustrialização, bem como os avanços nos fluxos de informação, pessoas, bens e dinheiro pareciam colocar em cheque o papel das cidades, sempre central à dinâmica capitalista (FERREIRA, 2007, p.115). Com o tempo, porém, fica cada vez mais

⁹² “Amplios segmentos da população urbana enfrentam sérios impedimentos para participar enquanto cidadãos completamente maduros na vida cotidiana e no trabalho, uma circunstância que gera altos custos para os indivíduos diretamente envolvidos, e – por meio das múltiplas externalidades negativas que resultam dessa situação – para a sociedade urbana como um todo” (tradução nossa).

claro como a nova dinâmica do sistema gira em torno dos sistemas socioeconômicos locais⁹³ (SCOTT, 2008, p.6) e da importância da qualidade do espaço. Uma nova importância aos centros urbanos começa a se evidenciar, à medida que a nova dinâmica financeira global facilita a negociação direta dos investimentos entre o capital financeiro internacional e os poderes locais (HARVEY, 1996). O que não necessariamente representa, conforme argumenta Ferreira (2007, p.114), o enfraquecimento do papel dos Estados Nacionais, fundamentais dentro da dinâmica neoliberal na defesa dos interesses do capital.

As cidades passam, assim, a concorrerem diretamente entre si por esse capital – bem como por mão-de-obra qualificada e consumidores – promovendo os “valores locais” em busca de vantagens competitivas, como uma mera promoção de mercadoria (ARANTES, 1996). Neste sentido, a cidade “se vende”, constrói sua imagem por meio de técnicas publicitárias em favor da promoção de sua singularidade em termos de infraestrutura física e comunicacional, regulação política e social e qualidade de vida (SANCHEZ, 1999). Nessa disputa, se veem forçadas a resolverem, por si só, questões institucionais e a inovarem a fim de garantir sua prosperidade e desenvolvimento (SCOTT, 2008, p.36), no que voltam-se, majoritariamente, para uma versão neoliberal da gestão urbana que se reflete em *city marketing* e empreendedorismo urbano, urbanismo espetáculo, parcerias público-privadas, planejamento-estratégico, etc., que transformam as cidades em sujeitos como “produtos cidade”, “cidades-empresa” ou “cidades-mercadoria” (D’OVIDIO, COSSU, 2014; FERREIRA, 2007; HARVEY, 1992, 1996; SANCHEZ, 1999; VAINER, 2000). De fato, são múltiplas as imagens, conforme argumenta Vainer (2000), em que a cidade se transveste conforme a ocasião e a necessidade, na tentativa de administrar um consenso por sua vez necessário à própria manutenção da imagem construída.

Também neste contexto da política urbana, a cultura (bem como a inovação) exerce um papel predominante, seja para dotar a cidade de uma infraestrutura de prestígio – centros culturais, museus, casas de espetáculos, etc. –, seja para criar um senso de identidade e pertencimento nos “cidadãos-consumidores” em favor do qual “o urbanismo monumentalista patriótico é reentronizado” (VAINER, 2000, p.94) e locais são reabilitados e valorizados pelo seu simbolismo (FERREIRA, 2007). Como ferramenta de valorização do espaço, o lazer e a

⁹³ Os grandes centros urbanos internacionais – Nova Iorque, Londres, Tóquio, etc. – se reafirmam enquanto principais centros financeiros, de consumo e de entretenimento mundiais (HARVEY, 1992, p.92), promovendo-se como “cidades globais” ou como “tecnopolos” – cujo exemplo icônico é o Vale do Silício (FLEW, 2002).

cultura auxiliam na construção de um imaginário urbano atraente (HARVEY, 1996) e na estetização da vida urbana para a qual a arquitetura do espetáculo cria cenários destinados a fascinar (ARANTES, 1996; HARVEY, 1992) e os meios tecnológicos de informação e comunicação se encarregam de reafirmar (SANCHEZ, 1999). Conforme explica Vivant (2012, p.71), “melhorar o ambiente no qual se vive (e divulgá-lo) torna-se uma condição necessária para atrair empresas, em particular aquelas de alto valor agregado, cujos executivos necessitam de serviços culturais”. Para Harvey (1996, p.55), “acima de tudo, a cidade tem que parecer como lugar inovador, excitante, criativo e seguro para viver, visitar, para jogar ou consumir”, e ainda afirma que “a ênfase no turismo, na produção e consumo de espetáculos, na promoção de eventos efêmeros numa dada localidade representam os remédios favoritos para economias urbanas moribundas” (HARVEY, 1996, p.59).

Por um lado, a cidade espetáculo oculta as contradições⁹⁴, cria uma ilusão de participação e favorece a despolitização do espaço social, na medida em que a “identificação entre os cidadãos e a ‘imagem de marca’ de sua cidade os têm levado a aceitar com maior facilidade os transtornos ou sacrifícios em sua vida cotidiana” (SANCHEZ, 1999, p.128). Ao mesmo tempo, o crescimento da competição interurbana opera como um “poder coercitivo externo” (HARVEY, 1996, p.56), forçando as cidades a alinhar-se a um padrão de desenvolvimento específico, o que leva a reprodução repetitiva de certos padrões “bem-sucedidos”, dentre eles os dos novos centros culturais e de entretenimento, tornando efêmera qualquer vantagem competitiva e os sistemas urbanos ainda mais vulneráveis “às incertezas das transformações rápidas” (HARVEY, 1996, p. 57). Além disso, o subsídio ao capital, ao concorrer diretamente com investimentos sociais, favorece a polarização na distribuição da renda, o aumento da pobreza e o reforço a uma sociedade dual.

É a partir dessas reflexões em torno dos conceitos de indústrias, classes, clusters e cidades criativas, que, no próximo capítulo, analisam-se as reais possibilidades oferecidas pela economia criativa quando encarada como estratégia de desenvolvimento para as economias periféricas e, especialmente, para o Brasil. Apesar da tentativa de adaptação da economia criativa e seus termos a essa nova funcionalidade, não é possível ignorar os seus sentidos

⁹⁴Vainer (2000) cita a transfiguração, por exemplo, da pobreza em “ambiente”, como explicitamente formulados pelos teóricos catalães defensores do planejamento estratégico, ao incluírem o “peso da pobreza” no que chamam de entorno social.

originais e as contradições evidentes em suas aplicações práticas, que podem inclusive reforçar-se diante de um contexto de maior desigualdade e exclusão.

4 CULTURA, DESENVOLVIMENTO E ECONOMIA CRIATIVA

Entendendo que “a relação entre as categorias de cultura e desenvolvimento ocupa um lugar de destaque no percurso de compreensão do processo de institucionalização do tema da economia criativa” (ALVES; SOUZA, 2012, p.161), este capítulo inicia apresentando alguns pontos importantes sobre a evolução do conceito de desenvolvimento e como este buscou assimilar a dimensão cultural, destacando a passagem da noção de desenvolvimento econômico para a de desenvolvimento humano – que tem como marco teórico fundamental os trabalhos do economista indiano Amartya Sen – e, ainda, o surgimento de outras adjetivações como desenvolvimento sustentável, endógeno, integral, etc.

O presente capítulo apresenta, ainda, como a economia criativa tem se tornado um conceito cada vez mais acessado quando se trata de propor estratégias de desenvolvimento para países periféricos. Esta pode ser sistematicamente entendida como uma forma de promoção do desenvolvimento, quando entendemos por desenvolvimento um conceito “neutro”, aplicado de forma equivalente a países ricos e pobres em seus processos de geração de riqueza, crescimento, ou mesmo de promoção das liberdades individuais e outros avanços sociais abstratamente definidos. É a partir desse tipo de visão sobre o desenvolvimento que as ideias em torno da economia criativa – como seu papel inovador e regenerador de núcleos urbanos – foram prontamente estudadas e incorporadas por países pobres e emergentes, em todas as regiões do planeta, sob crescente incentivo de organismos multilaterais.

Esta incorporação, porém, se deu ao custo de achar respostas a uma série de exigências necessárias à conformação do que seria uma economia criativa nos moldes em que o conceito foi originalmente pensado, ou, por outro lado, ao custo de repensar o conceito e propor novas aplicações. No Brasil, ao que parece, há dedicação a ambos os esforços. Assim, essa segunda parte apresenta ainda o caso brasileiro, a partir da evolução das políticas nacionais de cultura na última década, iniciadas no governo do Presidente Lula, quando, como já mencionado na introdução, o discurso baseado nos conceitos da economia criativa começam a circular no país.

Por fim, a última seção busca discutir até que ponto seria possível pensar em uma conceituação original sobre economia criativa para o Brasil – onde, especificamente, o debate sobre economia criativa tem buscado dialogar com as ideias de Celso Furtado. Furtado, ao levar em conta as diferenças e as relações estruturais entre países centrais e periféricos,

representa uma compreensão alternativa sobre o desenvolvimento que permite uma reflexão sobre o papel central da cultura, em suas mais diversas dimensões - e, especialmente, da criatividade. Assim, a obra deste autor serve como parâmetro para uma reflexão sobre os limites e potencialidades da inserção da economia criativa como ferramental desenvolvimentista.

4.1 Cultura e desenvolvimento

De forma a estabelecer a relação entre desenvolvimento e cultura, é necessário um esforço de compreensão do que se pretende ao se falar em desenvolvimento. Desenvolvimento, a princípio, é uma noção moderna, ocidental e eurocêntrica e, neste sentido, a dimensão cultural é fator fundamental para a sua compreensão. O termo cultura, na Teoria do Desenvolvimento, aparece prioritariamente como referência ao seu sentido antropológico.

Na visão de grande parte dos economistas, desenvolvimento relaciona-se predominantemente com transformações estritamente econômicas, sobretudo no que diz respeito ao crescimento sustentado do Produto Interno Bruto (PIB) ou da renda *per capita*. Para Throsby (2001), subjacente a este posicionamento estaria a visão de que toda forma de aprimoramento não material é dependente de um desenvolvimento material. Nas palavras de Sachs (2005, p.151), “para os adeptos das teorias econômicas ahistóricas e atópicas baseadas no fundamentalismo do mercado, o desenvolvimento é um conceito simplesmente redundante”. Porém, mesmo dentro desta visão, começa a ganhar espaço um reconhecimento de certa influência de fatores culturais, quer indiretamente e em nível individual (por exemplo, dentro de uma discussão sobre capital humano), quer em nível social (por exemplo, em uma abordagem (neo)institucionalista⁹⁵), embora seja preciso reconhecer as dificuldades que encontram em tratar tal influência dentro do arcabouço metodológico com o qual trabalham. Um dos exemplos recentes desta tendência pode ser visto no livro “Por Que as Nações Fracassam: as origens do poder, da prosperidade e da pobreza” (ACEMOGLU; ROBINSON, 2012) pela forma como os autores defendem o argumento sobre a importância das instituições políticas e das inovações tecnológicas e, conseqüentemente, das instituições econômicas (ambas fruto de circunstâncias histórico-culturais) para o sucesso ou fracasso do processo de desenvolvimento das nações.

⁹⁵ A abordagem sobre capital social, por exemplo, oriunda da vertente neo-intitucionalista, principalmente a partir dos estudos de Putnan sobre a experiência italiana, destaca a importância de valores, como cooperação e reciprocidade, de certa cultura para o desenvolvimento local e regional (DALLABRIDA, 2011).

Segundo Williams (1985, p.103) o subdesenvolvimento, no contexto da então nascente Teoria do Desenvolvimento, podia ser entendido de duas formas: i) como aqueles lugares onde os recursos naturais estavam sendo desenvolvidos ou explorados de modo insuficiente, ou ainda ii) como aquelas sociedades ou economias - sobretudo colônias e ex-colônias - destinadas a atravessar previsíveis estágios de desenvolvimento, segundo um modelo pré-determinado.

A partir desses significados, fica clara a importância do caráter relativo da ideia de desenvolvimento que então se formulava, uma vez que não basta um país, pelos seus próprios parâmetros, considerar-se ou não como desenvolvido, ficando esta classificação a cargo do pensamento hegemônico, que de diferentes maneiras propõe formas de “ajuda” aos países subdesenvolvidos no seu processo de “modernização”. Fica claro, também, o modo como essa visão ocultava um processo concomitante de anulação de identidades (WILLIAMS, 1985, p. 104) ao relacionar os aspectos culturais, sociais e históricos destas sociedades à sua condição de subdesenvolvimento (BURITY, 2007)⁹⁶.

Contudo, a literatura da Teoria do Desenvolvimento⁹⁷ também traz escassas referências a aspectos não econômicos. As características culturais dos países, suas instituições e crenças tradicionais, quando não eram simplesmente ignoradas, eram identificadas como empecilho, barreira, um motivo de atraso que deveria ser superado (PITOMBO, 2004; STREETEN, 2006), um conjunto de práticas pretéritas e resistentes (BURITY, 2007). Cultura e desenvolvimento, neste sentido, eram ideias contrapostas - com exceção de algumas interpretações deterministas que identificavam em algumas sociedades valores e tradições consideradas favoráveis ao desenvolvimento (como, por exemplo, a cooperação e a organização social identificada na cultura japonesa). Ao mesmo tempo, a cultura em seu sentido mais restrito, relacionado às artes, também foi esquecida por esta literatura em

⁹⁶Semelhante ao que tentam fazer atualmente os economistas ortodoxos anteriormente citados como Acemoglu e Robinson (2012).

⁹⁷ A chamada clássica Teoria do Desenvolvimento – para alguns exemplos ver Agarwala e Singh (2010) – pode ser considerada um campo específico da Ciência Econômica a partir da década de 1950. Em termos gerais, a teoria do desenvolvimento deste período tem como traço comum a identificação de uma heterogeneidade estrutural nos países atrasados ou subdesenvolvidos marcada pela presença de um setor moderno altamente capitalizado e um setor “arcaico”, trabalho-intensivo e de baixa produtividade, mantido pela existência de um excedente de mão de obra – o que, em alguns casos, é grosseiramente tratado como uma dualidade entre o setor primário-exportador e o setor de subsistência, ou entre setor industrial e setor agrícola. Portanto, para se desenvolver os países necessitariam de mudanças estruturais que acompanhassem a variação de renda (BASTOS; BRITTO, 2010). A visão da CEPAL – a qual inclui o pensamento de Celso Furtado, chefe da divisão de desenvolvimento entre 1950 e 1957 – enfatizava o arranjo geoeconômico internacional do sistema centro-periferia como um ponto fundamental na compreensão do desenvolvimento e subdesenvolvimento como fenômenos interdependentes (BASTOS; SALLES, 2013; BOIANOVSKY, 2010), negando a visão etapista de muitos de seus contemporâneos.

detrimento de necessidades que poderiam ser consideradas mais urgentes como saúde e alimentação⁹⁸ (STREETEN, 2006).

Desta forma, a cultura, no sentido plural de modo de vida, estava sendo encarada como uma ideia oposta a de desenvolvimento, da mesma forma como havia sido, no século XIX, entendida como oposta à ideia de civilização. Como ressalta Eagleton (2011), ainda hoje, o conflito entre “Cultura” (como civilidade) e cultura(s) (como identidade) faz parte de “alguns dos principais conflitos políticos de nosso tempo” (EAGLETON, 2011, p.96), entre eles o próprio conflito norte-sul.

4.1.1 A influência da ONU e a mudança de direção na relação entre cultura e desenvolvimento

Em conformidade com a visão defendida pela Teoria do Desenvolvimento, e orientadas por índices de caráter estritamente econômicos e majoritariamente quantitativos (PITOMBO, 2004), as ações políticas e os planos desenvolvimentistas eram efetivados na prática, em países como o Brasil e demais países da América Latina, através de uma estratégia intervencionista em torno dos objetivos de crescimento via acumulação de capital e industrialização intensiva substitutiva de importações. Tais ações contavam com a influência teórica e prática dos organismos internacionais como o FMI, o Banco Mundial e demais órgãos vinculados ao sistema das Nações Unidas, principal promotora dos debates sobre o conceito e os meios para o desenvolvimento (BOIANOVSKY, 2010; OLIVEIRA, 2002), seja através da produção intelectual de centros como o então Departamento para Assuntos Econômicos e a Comissão Econômica para a América Latina e o Caribe (CEPAL) ou através de ajuda operacional ou financeira⁹⁹.

Esta “vocação” da ONU como promotora do desenvolvimento¹⁰⁰ já estava presente nos princípios de sua carta de fundação como um dos meios de promoção da paz e da cooperação internacional (MACHADO; PAMPLONA, 2008). Ao mesmo tempo, a preocupação com o fomento do campo cultural em seus países membros também fez parte dos princípios

⁹⁸ Embora, de forma geral, mesmo estes fatores “mais urgentes” relacionados ao bem-estar não eram uma questão central nos debates teóricos deste contexto.

⁹⁹ A princípio via poupança/investimento externo direto e posteriormente também via câmbio (EMMERIJ, 2002).

¹⁰⁰ É interessante notar, a partir dessa afirmação, que a colocação do problema do desenvolvimento desde o início se constrói de cima para baixo. Como veremos, essa situação se mantém no caso das políticas de desenvolvimento baseadas na noção de economia criativa, cujas propostas partem principalmente de organismos internacionais como os do sistema ONU.

norteadores de seus programas e projetos desde o início. Vale lembrar a criação da UNESCO em 1945 - com o objetivo de promover, através de atos normativos (declarações, convenções, etc.), a cooperação multilateral nos âmbitos da educação, ciência e cultura - e da incorporação do direito à participação cultural na Declaração Universal dos Direitos Humanos, em 1948.

Mas o conceito de cultura adotado pela UNESCO ainda era bastante restrito neste momento, o que limitava sua identificação com o desenvolvimento. Suas ações se centravam

[...] no intercâmbio intelectual entre especialistas e acadêmicos de instituições dos diferentes países membros, bem como no apoio ao intercâmbio de atividades artísticas, circunscritas ao campo da produção cultural restrita, como as letras, a dança, o teatro, a música e as artes plásticas. Especial atenção era dada também ao tema dos direitos autorais e da propriedade intelectual de obras artísticas e literárias, manifestada pela formulação de instrumentos específicos dedicados a regular normativamente esse setor (PITOMBO, 2004, p. 6)¹⁰¹.

Já na década de 1960, a criação do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e de outras organizações responsáveis por questões referentes ao desenvolvimento no âmbito da ONU – UNCTAD e Programa Mundial de Alimentos – pode ser considerada um momento de transição importante para a nova fase que se inauguraria a partir dos anos 1970 (MACHADO; PAMPLONA, 2008).

Esta nova fase parte das constatações averiguadas a partir de meados dos anos 1960 das falhas da então estratégia desenvolvimentista e de suas dificuldades em obter resultados em termos de emprego, distribuição de renda e pobreza (BASTOS; BRITTO, 2010). Mesmo dentro do pensamento desenvolvimentista, a percepção da presença de um “mau-desenvolvimento” (SACHS, 2005), cujos efeitos colaterais eram percebidos na forma de deterioração do meio ambiente, aumento das desigualdades, etc., levou a uma revisão tanto de certos parâmetros – como o foco no crescimento e distância entre os países, em favor de focar na qualidade de vida e distâncias presentes dentro de cada país (BASTOS; BRITTO, 2010) – como do próprio conceito de desenvolvimento – embora seja importante dizer que o debate acadêmico em torno do desenvolvimento arrefeceu-se drasticamente então.

A questão ambiental é um marco fundamental, um pontapé inicial que abre o caminho para a inclusão das demais dimensões. Emerge no rastro da “revolução ambiental” nos anos 1970

¹⁰¹ Vale lembrar que estas ações foram fundamentais para a institucionalização do tema da cultura junto à esfera política a nível nacional em diversos países, estreitando o vínculo até então frouxo entre Estado e cultura. Muito embora, na América Latina, por exemplo, os primeiros Ministérios da Cultura só tenham começado a surgir a partir da década de 1970 (PITOMBO, 2004).

como uma crítica ao modelo tradicional de desenvolvimento e é prontamente assimilada nos discursos da ONU, primeiramente através da noção de eco-desenvolvimento, substituída posteriormente pela de “desenvolvimento sustentável”¹⁰² – cuja ideia seria de um “duplo compromisso ético de solidariedade sincrônica com a geração presente e de solidariedade diacrônica com as gerações futuras” na promoção do desenvolvimento (SACHS, 2005, p.154). Vários debates em torno da noção de desenvolvimento sustentável foram realizados ao longo dos anos 1990, como a Conferência das Nações Unidas sobre o meio ambiente e desenvolvimento (ECO-92) no Rio de Janeiro, contribuindo para expandir a defesa da sustentabilidade para diferentes planos, como, por exemplo, na discussão das questões urbanas – com a introdução do conceito de cidade sustentável –, assim como na cultura – a partir da noção de sustentabilidade cultural.

A dimensão cultural também ganha uma importância estratégica crescente a partir da percepção de que os hábitos e modos de vida singulares importam e, portanto, não é possível tratar o desenvolvimento como uma receita de bolo (EMMERIJ, 2002, BURITY, 2007). A partir de então, a relação entre cultura e desenvolvimento no tratamento dado pela UNESCO, PNUD, Banco Mundial, etc. passa a ser direta e estes passam a definir ativamente uma agenda internacional para a cultura. Esta reorientação influencia também a ampliação do próprio entendimento sobre o termo cultura – direcionado para uma acepção antropológica – e os debates sobre identidade e diversidade cultural passam a ser um tema central para o desenvolvimento (PITOMBO, 2004) como um modo de oposição a modelos de desenvolvimento desenraizados e descontextualizados (BURITY, 2007), distantes de suas bases culturais.

A importância destas organizações é fundamental, a partir daí, para o estabelecimento de uma agenda internacional para as políticas culturais em sua relação com o desenvolvimento. Nas palavras de Pitombo (2004):

[...] essas organizações internacionais têm se constituído em arenas de discussão por excelência, formuladoras de princípios e normas, que em última instância, acabam

¹⁰²“A expressão ‘sustentabilidade’ terá aparecido pela primeira vez em 1980, num relatório da *International Union for the Conservation of Nature and Natural Resources* que sugeria esse termo como uma aproximação estratégica à integração da conservação e do desenvolvimento coerente com os objetivos de manutenção dos ecossistemas, preservação da diversidade genética e utilização sustentável dos recursos naturais. [...] A noção de ‘desenvolvimento sustentável’ foi mais tarde consagrado no *Relatório O Nosso Futuro Comum*, publicado em 1987 pela *World Commission on Environment and Development*, uma comissão das Nações Unidas chefiada pela então primeira-ministra da Noruega, Gro Harlem Brundtland” (MATOSO, 2010, p.42).

regulando práticas sociais e a elaboração de políticas implicadas na organização da esfera cultural. Funcionando como ‘superlegislaturas’, portadoras de legitimidade internacional, revisam conceitos, elegem temas a serem priorizados, propõe estudos, elaboram recomendações, tecendo, assim, uma narrativa acerca da relação entre cultura e desenvolvimento ao tempo em que estabelecem uma agenda internacional para a área da cultura (PITOMBO, 2004, p.11).

Neste sentido, é possível enumerar uma série de conferências e relatórios, como as Conferências de Veneza (1970) e do México (1982), realizadas pela UNESCO, e a VII Reunião do Conselho Interamericano de Cultura realizada pela Organização dos Estados Americanos (OEA), em 1973. A Declaração do México (ICOMOS, 1985) afirma a necessidade de humanização do desenvolvimento, através da consideração das aspirações espirituais e culturais do homem, defende a democratização da produção, difusão e fruição cultural, apoiando os investimentos nas indústrias culturais¹⁰³ e a promoção da diversidade e da cooperação cultural internacional, entre outros pontos.

Posteriormente, em 1988, é lançado o programa *World Decade for Cultural Development* (1988-1997), basicamente com os mesmos propósitos (THROSBY, 2001, p.143). Como parte deste programa, é estabelecida por Conferência-Geral, em 1991, a Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento (WCCD)¹⁰⁴, responsável pela elaboração do relatório divulgado em 1996 sob o título “Nossa Diversidade Criadora” (também conhecido como Relatório Cuellar). O relatório busca identificar os fatores culturais que afetam o desenvolvimento, bem como o impacto cultural deste e como os diferentes modelos de desenvolvimento, de diferentes culturas, se relacionam. Um ponto fundamental deste relatório é a defesa do valor da cultura como um fim último do desenvolvimento, capaz de dar sentido à existência humana, e não somente como um meio ou instrumento para sua realização. Além disso, reconhece o desmascaramento do sistema de valores ocidental como universal e o direito dos povos de forjarem diferentes versões de modernização e de reconhecerem o valor de suas riquezas culturais. Ressalta, ainda, a necessidade de transcender a economia sem a abandonar (WCCD, 1996).

¹⁰³ Nota-se como, nesse momento, o termo “indústrias culturais” já é utilizado desvinculado do seu sentido crítico.

¹⁰⁴ Da qual um dos membros era Celso Furtado, sendo perceptível a influência de suas ideias neste relatório. A noção de criatividade utilizada no relatório, por exemplo, segue o sentido proposto por Furtado, não apenas como referência a novas formas e objetos artísticos, mas como um modo de resolver problemas em todos os campos possíveis. Porém, por se tratar de uma obra coletiva não se pode identificar o que neste relatório é contribuição específica de Furtado.

Uma das repercussões do relatório foi a organização, em 1998, em Estocolmo, da Conferência Intergovernamental sobre Política Cultural para o Desenvolvimento, que procurou traduzir as ideias contidas no relatório em termos de ações políticas, destacando a recomendação de cinco objetivos: fazer da política cultural um dos principais componentes de uma estratégia de desenvolvimento; promover a criatividade e a participação na vida cultural; reforçar políticas e práticas para salvaguardar e melhorar o patrimônio cultural, tangível e intangível, móvel e imóvel, e promover as indústrias culturais; promover a diversidade cultural e linguística na e para a sociedade de informação; tornar disponíveis mais recursos financeiros e humanos para o desenvolvimento cultural (UNESCO, 1998).

A UNESCO retoma suas ações logo no início do novo século, lançando, em 2001, a “Declaração Universal sobre Diversidade Cultural” e estabelecendo o dia 21 de maio como dia mundial da diversidade cultural para o diálogo e o desenvolvimento. A diversidade cultural é declarada como patrimônio comum da humanidade, fonte de intercâmbios, inovação e criatividade e uma das fontes do desenvolvimento. O documento defende o pluralismo cultural como uma resposta política democrática ao cenário de diversidade, favorecendo a inclusão e participação; e os direitos culturais como parte dos direitos humanos, entre eles: expressar-se, criar e difundir suas obras em qualquer língua, especialmente a materna; educar-se com qualidade, respeitando sua identidade cultural; participar da vida cultural e exercer suas práticas culturais, desde que não fira os direitos humanos fundamentais. Defende ainda, entre outros pontos, os bens culturais como mercadorias diferenciadas, o direito de autor e a necessidade do apoio do Estado, via políticas culturais, às indústrias culturais (UNESCO, 2002). Logo em seguida, em 2002, é lançado o projeto “Aliança Global para a Diversidade Cultural”, com o objetivo de incentivar na prática os pontos estabelecidos na declaração.

Se a UNESCO amplia a relação entre cultura e desenvolvimento a partir do ponto de vista da cultura, o PNUD busca fazer o mesmo a partir do ponto de vista do desenvolvimento, embora não com o mesmo nível de prioridade. Uma reestruturação da sua visão sobre o desenvolvimento foi estabelecida a partir da instituição dos Relatórios de Desenvolvimento Humano¹⁰⁵, desenvolvido sob a liderança do economista paquistanês Mahbub ul Haq, mas que em grande parte se inspira no trabalho do economista indiano Amartya Sen. O primeiro

¹⁰⁵ Os relatórios de desenvolvimento humano são independentes, não representando necessariamente as visões do PNUD.

destes relatórios foi lançado em 1990, representando pela primeira vez a existência de um foco claro para as suas políticas de desenvolvimento, até então completamente dispersas.

O conceito de desenvolvimento humano – baseado na abordagem das capacidades¹⁰⁶ desenvolvida por Amartya Sen – além de ser o modelo de atuação do PNUD, é atualmente dominante no debate sobre o desenvolvimento e, conseqüentemente, sobre sua relação com a cultura e com a economia criativa (DEHEINZELIN, 2006, 2008; OLIVEIRA, 2002; PNUD, 2004; REIS, 2007, 2008b; SACHS, 2005; STREETEN, 2006; THROSBY, 2001; UNCTAD, 2010).

A relação entre desenvolvimento e cultura é considerada por Sen (2000) na medida em que este entende como finalidade última do desenvolvimento a liberdade de viver do modo que se valoriza - uma vez que o que se valoriza passa necessariamente pelos valores culturais que se possui. Sen (2000) não acredita na existência de um critério único de desenvolvimento e sim na possibilidade de diferentes experiências, adaptadas à realidade cultural de cada sociedade (SEN, 2000, p.49), reconhecendo, portanto, “o papel dos valores sociais e costumes prevaletentes, que podem influenciar as liberdades que as pessoas desfrutam e que elas estão certas ao prezar” (SEN, 2000, p.23).

Mas o que Sen (2000) defende é, sobretudo, a liberdade de participação de cada um nas decisões sobre que valores manter e quais transformar e a tolerância com as escolhas individuais divergentes da maioria – desde que estas não firam os direitos humanos fundamentais. Ou seja, dentro desta abordagem, o desenvolvimento pode tomar várias formas e estilos, mas não deveria se sobrepor à liberdade individual ou aos valores universais de uma ética global¹⁰⁷. É possível perceber, portanto, que a teoria das capacidades é uma teoria que prioriza a análise no nível individual tanto quanto as teorias mais ortodoxas¹⁰⁸.

¹⁰⁶Sen desenvolve uma primeira versão do que viria a ser a sua “teoria das capacidades” em *Equality of What?* (1979). Tal teoria é explicitamente apresentada como uma teoria sobre o desenvolvimento em “Desenvolvimento como liberdade” (2000), obra escrita em uma linguagem menos acadêmica visando instigar o debate público.

¹⁰⁷Respeito à vida, minoração de sofrimentos e repulsa a sofrimentos desnecessários, reciprocidade, proteção da integridade e respeito à vulnerabilidade dos seres humanos, respeito às minorias, resolução pacífica de conflitos, equidade intergeracional e democracia (STREETEN, 2006).

¹⁰⁸Sen, por uma lado, é crítico em relação aos pressupostos mais rígidos do pensamento neoclássico (entre eles a avaliação utilitarista) e defende a necessidade de uma redefinição dos fundamentos éticos da teoria do bem-estar. Porém, a análise de Sen pode ser considerada uma resposta conservadora, uma vez que parte de um enfoque baseado em uma discussão sobre bem-estar individual, dialogando diretamente com a análise da microeconomia ortodoxa.

Machado e Pamplona (2008) questionam até que ponto seria possível esperar resultados efetivos para o desenvolvimento dos países mais pobres sem alterações substanciais na ordem econômica e até que ponto a liberdade social pode ser analisada a partir das liberdades individuais. Os mesmos autores criticam ainda o enfoque no tratamento dos indivíduos simplesmente como agentes que escolhem, em detrimento de percebê-los como atores mais abrangentes, perdendo de vista a importância da iniciativa e da criatividade. Segundo estes autores, o paradigma do desenvolvimento humano torna-se bastante conveniente para as organizações multilaterais como o PNUD¹⁰⁹ justamente porque consegue gerir as divergências presentes entre os dois grupos distintos de seus países membros – os afetados diretamente pelos programas de ajuda (subdesenvolvidos) e os países doadores de recursos – garantindo assim a manutenção do fluxo de recursos do qual depende.

As reflexões sobre desenvolvimento realizadas pelas Nações Unidas a partir dos anos 1990 representam uma tentativa de reafirmação da importância do debate sobre desenvolvimento em um momento de hegemonia do discurso neoliberal (BURITY, 2007) – que passou a influenciar as políticas de desenvolvimento na teoria e na prática desde o Consenso de Washington, formulado em 1989 – em que as organizações financeiras possuíam influência preponderante, restando à ONU um papel marginal (MACHADO; PAMPLONA, 2008). Por outro lado, tais reflexões ganham muito mais espaço a partir dos anos 2000, uma vez já revelados os insatisfatórios resultados obtidos pelo neoliberalismo, sobretudo no mundo subdesenvolvido, e o debate sobre o desenvolvimento volta a ser foco de interesse acadêmico (BASTOS; SALLES, 2013).

¹⁰⁹No âmbito dos relatórios do PNUD é lançado o próprio conceito de Desenvolvimento Humano (Sustentável), bem como o Índice de Desenvolvimento Humano – IDH –, alternativo à utilização de indicadores meramente econômicos. Seguindo o paradigma do desenvolvimento humano, o IDH, porém, se limita a três escolhas consideradas primordiais (a de viver uma vida longa e saudável, a de adquirir conhecimentos e a de ter acesso aos recursos necessários para um bom padrão de vida) e acaba ofuscando o sentido mais abrangente de Desenvolvimento Humano (MACHADO; PAMPLONA, 2008). Dentre as muitas dimensões possivelmente abarcadas por este conceito - crescimento, erradicação da pobreza, promoção da equidade e inclusão social, igualdade étnica e de gênero, sustentabilidade ambiental, participação política, direitos humanos, etc. (MATOSO, 2010) – pode-se incluir a dimensão cultural, identificada especialmente no Relatório de Desenvolvimento Humano de 2004, “Liberdade Cultural no Mundo Diversificado”, dedicado aos temas da cultura e da diversidade. A importância da cultura defendida pelo relatório de 2004 se dá em termos da noção de liberdade cultural, vista como um direito e parte vital do desenvolvimento humano, que, quando negada, pode gerar privações e exclusão. Esta noção busca se contrapor a uma defesa das identidades e da diversidade baseada simplesmente na defesa do conservadorismo e na preservação de valores e práticas como submissão cega a tradições capazes de violar os direitos humanos fundamentais ou impor barreiras ao desenvolvimento. Ao contrário, a liberdade cultural, assim como os demais parâmetros do desenvolvimento humano, estaria centrada na ampliação das escolhas individuais, que deveriam somar-se à construção de um laço comum de humanidade (PNUD, 2004).

Ao mesmo tempo, o paradigma neoliberal ajudou a fortalecer uma visão distorcida da relação entre cultura e desenvolvimento, que acaba sendo também refletida nos discursos dos organismos internacionais e que enfatiza a importância dos investimentos públicos e privados na produção de bens culturais, o crescimento da indústria cultural e a exploração do lazer e turismo como meios de promoção de um desenvolvimento novamente avaliado a partir de parâmetros essencialmente econômicos – muitas vezes com o apoio financeiro dos bancos internacionais de fomento como BID e Banco Mundial –, a partir da manipulação instrumental de manifestações e valores culturais (LIMA, 2007). Como ilustra a fala de Burity (2007):

Os grandes organismos multilaterais, se se abrem à agenda cultural em suas ações, o fazem subordinando-a à lógica do mercado ou partindo do princípio de que haveria sempre a possibilidade ou a desejabilidade de uma convergência entre as lógicas identitárias e culturais e aquela outra (BURITY, 2007, p.61).

E afirma ainda que,

[...] no que há de manutenção do lugar da cultura no interior desse discurso [neoliberal], esta se redefine num discurso sobre a necessidade de se desenvolver uma cultura empreendedora, uma cultura da competição, da eficiência, da eficácia, tanto como forma de reorganização dos laços de sociabilidade, quanto de fazer funcionar a economia e a sociedade nos novos tempos (BURITY, 2007, p.57).

Uma tendência marcante das tentativas atuais de conciliação entre cultura e desenvolvimento tem sido a defesa da necessidade de maior participação da esfera local, que seria a esfera na qual as questões culturais se fariam mais prementes – o que fica explícito, por exemplo, com o surgimento da Agenda 21 da Cultura e da Agenda 21 Local. Como argumenta Streeten (2006), a promoção do desenvolvimento local seria capaz de promover uma cidadania mundial enraizada na cultura local, a partir da criação de um senso de lealdade que se estenderia da vizinhança à humanidade. Para Bava (1996, p.54), esta tendência ocultaria o objetivo de transferir para os governos locais as relações de conflito social geradas a partir de demandas insatisfeitas, correspondendo a “uma transferência de responsabilidade sem o correspondente suporte financeiro e de capacidade de gestão”¹¹⁰.

É preciso considerar que, apesar dos possíveis avanços, as seguidas alterações nas políticas não foram capazes de impedir os ínfimos resultados obtidos durante todo esse tempo pela grande maioria dos países periféricos, quer medidos a partir dos tradicionais indicadores

¹¹⁰Como visto no capítulo anterior, vários dos temas incluídos nessas posições mais atuais das Nações Unidas, como a questão da diversidade, a influência do neoliberalismo e as políticas de desenvolvimento local se relacionam ao contexto econômico, político e cultural no qual emergem as noções de indústrias criativas e economia criativa.

econômicos, quer pelo Índice de Desenvolvimento Humano (IDH) ou por qualquer outro método mais sofisticado – como fica claro nos dados apresentados pelos próprios Relatórios de Desenvolvimento Humano. Na prática, grande parte dos mecanismos de ajuda dos organismos internacionais para o desenvolvimento não passa de políticas (ineficientes em sua maioria) de redução e combate à miséria e à pobreza (MOSLEY *et al.*, 2004) que têm por detrás outros objetivos indiretos dos países desenvolvidos, como a manutenção de áreas de influência, garantia de acesso a exportações de bens primários, etc., e que acabam por criar uma síndrome da dependência em relação à ajuda, como mais um problema a ser enfrentado pelas políticas de desenvolvimento (EDGREN, 2002).

Os Objetivos de Desenvolvimento do Milênio (ODM) são somente o último exemplo de fracasso das sucessivas “décadas de desenvolvimento” (SACHS, 2005). Estes demonstram, ainda, como a questão cultural, embora tão citada, tem dificuldade de se enquadrar no modelo de construção de indicadores e medidas escolhido para avaliar os possíveis avanços e, portanto, acaba passando ao largo quando se passa da retórica à prática. Como alerta Easterly (2009), medir o progresso social e econômico pode não ser tão simples quanto os ODM fazem parecer. A forma como foram arbitrariamente desenhados estaria fazendo países da África, por exemplo, parecerem piores do que realmente estão.

Isto não significa, contudo, que o fato de cultura ser considerada hoje um aspecto especialmente importante, central para o processo de desenvolvimento, não seja um avanço do qual seja necessário se apropriar. Mas cabe manter o questionamento se o conceito de desenvolvimento humano, tal como é majoritariamente adotado atualmente nos discursos sobre desenvolvimento, seria suficiente para tratar da relação entre cultura e economia. E, a partir disso, como as políticas de desenvolvimento e de cultura podem gerar resultados que superem os até então alcançados.

A mais nova proposta da ONU em termos de políticas de promoção do desenvolvimento, pautada pela economia criativa, se coloca assim como a evolução de ideias que já estão postas desde a década de 1970. Permanece, entretanto, a dúvida se esta proposta portaria alguma novidade que a tornaria capaz de superar as dificuldades até aqui encontradas.

4.2 A economia criativa pensada como estratégia para os países periféricos

Como já mencionado, organizações internacionais multilaterais, como várias agências da ONU – UNCTAD, Unidade Especial de Cooperação Sul-Sul (SUSSC), Organização Mundial da Propriedade Intelectual (OMPI), PNUD e UNESCO¹¹¹ -, o Banco Mundial e o BID têm se preocupado de modo crescente com o tema da economia criativa, organizando eventos e elaborando estatísticas e documentos. O assunto vem sendo abordado pela ONU desde a Conferência das Nações Unidas para os Países Menos Avançados (REIS, 2008b, p.19), em 2001, mas foi somente a partir da XI Conferência Quadrienal da UNCTAD, realizada na cidade de São Paulo em junho de 2004, reunindo 158 países, que a temática se inseriu definitivamente na agenda internacional de economia e desenvolvimento. Nesta conferência foi redigido o documento nomeado Consenso de São Paulo, que destaca diretamente a importância do desenvolvimento da economia criativa (§65 e §91) e das TICs (§40, §48, §102), tratando ainda de temas correlatos como o setor de serviços, em especial o turismo (§78 e §99), conhecimentos e práticas tradicionais (§88) e sua relação com os direitos de propriedade intelectual (§101).

Ainda no âmbito da Conferência de 2004, um painel especial sobre as indústrias criativas reuniu uma série de especialistas, técnicos do sistema ONU e representantes de diversos países (MIGUEZ, 2007b) em torno de argumentos em favor da promoção das indústrias criativas, dentre os quais sua associação com a proteção da diversidade cultural. Este painel deu origem a um grupo informal que conta com membros de uma série de instituições¹¹² que desde então se reúnem duas vezes por ano em Genebra (SANTOS-DUISEMBERG, 2008; UNCTAD, 2010, p.233). Foi também em Genebra, em agosto de 2004, que o secretariado da UNCTAD, em parceria com o governo brasileiro, lançou a iniciativa para a criação do Centro Internacional de Economia Criativa (CIEC)¹¹³. Essa proposta motivou a realização do I Fórum Internacional de Indústrias Criativas¹¹⁴, realizado em Salvador, em abril de 2005, pela UNCTAD, em parceria com o PNUD e o MinC (BORGES, 2005; MIGUEZ, 2011; REIS,

¹¹¹Vale a pena destacar, que a UNESCO possui um histórico mais longo de discussão da relação entre cultura e desenvolvimento, demonstrando cautela na utilização dessa nova leva de conceitos e ideias e às propostas delas decorrentes (BOTELHO, 2011, p.81).

¹¹²Organização Internacional do Trabalho (OIT), Centro de Comércio Internacional (ITC), UNCTAD, PNUD, UNESCO, OMPI.

¹¹³ Também referido como Centro Internacional das Indústrias Criativas (CIIC) (MIGUEZ, 2007a).

¹¹⁴Promovendo a Economia Criativa: rumo ao Centro Internacional das Indústrias Criativas - *Enhancing the Creative Economy: Shaping an International Centre on Creative Industries*.

2011b; UNESCO, 2013), com apoio do BID¹¹⁵ (ARAÚJO, 2011). Como informa Paulo Miguez (2011), ainda foi realizada uma reunião em Londres, em março de 2006, com o apoio do *British Council*, quando se constituiu um comitê de apoio a criação do Centro. Apesar de todos estes esforços, este projeto foi abortado de modo surpreendente e até hoje não esclarecido. Contudo, outros fóruns internacionais sobre economia criativa continuaram sendo organizados¹¹⁶.

A partir de então, a UNCTAD tem encabeçado a discussão, na esfera internacional, a respeito da importância da economia criativa para os países em desenvolvimento, tendo lançado dois importantes relatórios sobre o assunto, em 2008 e 2010¹¹⁷, nos quais consta a definição e classificação das indústrias criativas citada no capítulo anterior.

A defesa da economia criativa como estratégia de desenvolvimento para os países periféricos gira em torno do argumento de que a criatividade e os recursos culturais existem universalmente, em abundância (uma vez intangíveis) e de forma “autogerada”, cruzando as fronteiras da pobreza e do subdesenvolvimento (FERIA, 2008, p.149; ISAR, 2008, p.75). Neste sentido, tais países possuiriam pelo menos o mesmo potencial que as economias desenvolvidas em termos de talentos, instintos empreendedores, expressões culturais, abertura ao novo e ao diferente. Contudo, este potencial estaria sendo pouco explorado em termos de geração de riqueza.

A interação de aspectos econômicos, culturais e sociais e destes com a tecnologia (em especial as conexões em rede), a propriedade intelectual e o turismo permitiriam, assim, gerar estratégias que demandam investimentos relativamente pequenos (DAVIS, 2008, p.182; ROSS, 2007) e com fracas barreiras à entrada, que podem funcionar “do zero” (HARTLEY, 2005) e se conectar à economia global.

¹¹⁵Através do programa “Monumenta”, de apoio à preservação de cidades tombadas pelo Patrimônio Histórico. O Monumenta foi um programa estratégico do Ministério da Cultura, que serviu como base para o PAC Cidades Históricas. Atuou em cidades históricas protegidas pelo Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional (IPHAN), contando com financiamento do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID) e apoio da Unesco, procurando garantir condições de sustentabilidade do Patrimônio. Segundo o site do IPHAN. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/portal/montarPaginaSecao.do?id=17776&retorno=paginaIphan>>. Acesso em: 20 de janeiro de 2015.

¹¹⁶ Como exemplos, o de Xangai em dezembro de 2005 e três em 2006: na Jamaica em junho, em Ruanda em agosto e no Brasil (Rio de Janeiro) em novembro (UNCTAD, 2010, p.9).

¹¹⁷*Creative Economy Report 2008 – The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards informed policy-making* (UNCTAD, 2008); *Creative Economy Report 2010 – Creative Economy: a feasible development option* (UNCTAD, 2010).

A economia criativa teria o potencial de, ao mesmo tempo, criar empregos de qualidade, gerar crescimento, renda e inovação; expandir o comércio de exportação (com base em bens e serviços únicos e competitivos, com alto valor adicionado); reduzir o setor informal; revitalizar zonas urbanas em declínio ou áreas rurais sem perspectivas (controlando, assim, a migração campo-cidade); fomentar a sustentabilidade ambiental (por exemplo, por ser menos dependente de uma infraestrutura industrial pesada), a inclusão e o empoderamento social e político, a educação e a inserção dos jovens e das minorias; valorizar o patrimônio, os valores locais, a diversidade e identidade culturais; erradicar a pobreza e combater às desigualdades (entre elas a desigualdade de gênero, através da inserção da mulher no mercado de trabalho através do artesanato, moda, arte, etc.) e gerar qualidade de vida, saúde física e mental; além de conciliar esferas até então tratadas de maneira dicotômica, como Estado, mercado e sociedade civil (COSTA; SOUZA-SANTOS, 2011; FERIA, 2008, p.160; HARTLEY, 2005; HIGH-LEVEL PANEL..., 2004; UNCTAD, 2010; UNESCO, 2013).

Assim, como uma “fórmula mágica”, seria um importante meio para se alcançar o tão defendido desenvolvimento humano e sustentável e seus efeitos ultrapassariam sobremaneira os setores diretamente ligados às indústrias criativas, gerando uma dinâmica de transbordamentos através do que Deheinzelin (2008) denomina “cadeia de geração de valor”. Tantas vantagens, como alerta Isar (2008, p.76), talvez indiquem que este seja um caminho “bom demais para ser verdade”.

Afinal, tais benefícios não viriam de graça. Nos relatórios da UNCTAD fica clara a sua posição no sentido de conciliar objetivos nacionais em relação à cultura, com políticas internacionais voltadas para o comércio e a tecnologia; buscar formas de lidar com assimetrias presentes nos países em desenvolvimento; reforçar certo nexos criativo que inter-relaciona investimentos, tecnologia, empreendedorismo e comércio e identificar soluções políticas inovadoras para as indústrias criativas (UNCTAD, 2010, p.10).

O convite da UNCTAD é para que os países periféricos realizem uma série de investimentos visando à promoção da economia criativa, como o apoio do setor público na atração de investimentos financeiros internos e externos nestes setores (ASKERUD, 2008, p.255), além de apoio público direto através de fundos e incentivos fiscais (JOFFE, 2011). Afinal, seria ingenuidade pensar que a criatividade como recurso dispensaria a necessidades dessa contrapartida financeira, concorrida entre os países (SANTOS-DUISENBERG, 2008, p.65;

UNCTAD, 2010). Diante da amplitude do conceito de indústrias criativas, porém, pouca distinção há entre o direcionamento destes investimentos em apoio a grandes empresas do audiovisual, por exemplo, ou a pequenos produtores independentes – que, muitas vezes, resolvem por conta própria sua falta de recursos, via soluções alternativas como financiamento colaborativo ou bancos comunitários.

Outra necessidade levantada é a de elaboração de produtos comercializáveis, sobretudo internacionalmente (REIS, 2008b, p.41; SANTOS-DUISENBERG, 2008, p.65; UNCTAD, 2010, p.254) – muitas vezes baseado na percepção ortodoxa da necessidade de identificar o que seriam certas “vantagens comparativas”¹¹⁸ dos países mais pobres – o que significa produtos com alto valor agregado e, muitas vezes, uma personalização da produção local, afastando-a dos valores originais que a determinam. Mesmo setores a princípio excluídos da definição proposta pela UNCTAD tornam-se setores estratégicos das indústrias criativas de muitos países, o que inclui modos de produção que inicialmente não se inserem na dinâmica econômica – conhecimentos tradicionais, folclore, etc. (ASKERUD, 2008, p.244; DAVIS, 2008, p.181; KOVÁCS, 2008, p.108; REIS, 2008b, p.22).

Assim, exemplifica Ramanathan (2008):

A maioria das indústrias criativas tradicionais está enraizada dentro do seu ambiente tradicional e é alimentada por pessoas comuns. Mas o adágio “pense global, aja local” da globalização basicamente sugere que os produtos da comunidade local devem ser personalizados para atender às demandas padronizadas do mercado global. Nesse modelo prevalecente, o gênio da pessoa comum é explorado em âmbito “local” para negócios “globais”. Esse modelo tende a interromper os processos orgânicos que geraram o desenvolvimento sustentável e os mestres artesãos. Por exemplo, os tecidos tradicionais indianos estão em constante demanda, tanto no mercado interno quanto nos mercados globais. Mas o mecanismo do mercado espera uma capacidade de produção padrão para atender às demandas de grande escala do mercado. O agente “global” determina a produtividade do produtor “local”. Isso não deixa espaço para a criatividade e para as variações na capacidade de produção, com base na inspiração criativa de cada produto. Como resultado, a qualidade têxtil, o design e as matérias-primas são comprometidos para que possam se adaptar às expectativas-padrão do mercado. Por fim, isso leva à homogeneidade, à perda desnatural da identidade, à erosão da produtividade com base ecológica e ao desaparecimento dos parâmetros de criatividade da pessoa comum (RAMANATHAN, 2008, p.208).

Ou seja, essa dinâmica local-global não representa, via de regra, uma relação multipolar descentralizada, mas atribui valor ao que possui certa “etnicidade” ou “exotismo” proveniente exatamente da posição hierarquicamente inferior das economias periféricas em relação às

¹¹⁸ De fato, o artesanato representaria mais da metade das exportações ligadas à economia criativa nos países em desenvolvimento (SANTOS-DUISENBERG, 2008, p.69).

culturas-padrão (ocidentais, eurocêntricas ou de viés norte-americano) (SILVA; DUTRA, 2012).

Os investimentos em adequação aos padrões tecnológicos mais atuais são também uma demanda colocada pelo modelo de desenvolvimento baseado na economia criativa, o que envolve não só a adequação da infraestrutura de informação e comunicação (FERIA, 2008, p.155; SANTOS-DUISENBERG, 2008, p.65; UNCTAD, 2010, p.214) – internet de alta velocidade, som e imagem digital de alta qualidade, etc. – como um processo de inclusão digital ou alfabetização tecnológica (REIS, 2008b, p.43).

A adequação do sistema educacional é, portanto, mais um aspecto fundamental, que deve permitir, além dessa alfabetização tecnológica, o conhecimento de línguas e habilidades que fomentem a criatividade, o empreendedorismo e a capacidade de “*soft innovation*”¹¹⁹, em países em que as taxas de analfabetismo e de evasão escolar ainda são um problema significativo (SOLANAS, 2008, p.167). Embora seja preciso reconhecer que o próprio acesso à internet pode contribuir para a massificação de processos educacionais de qualidade (XAVIER, 2008) – como a evolução da *Khan Academy* parece ilustrar (KHAN, 2012).

Finalmente, a questão da governança é tida como fundamental para um desempenho satisfatório das políticas relacionadas à economia criativa. Esta envolve uma articulação eficaz entre setor público e privado, academia, sociedade civil e organismos internacionais, entre as diferentes esferas governamentais (local, regional e nacional) e entre os diferentes setores do poder público – responsáveis pelas políticas culturais, educacionais, ambientais, de tecnologia e comunicação, de desenvolvimento, de comércio, assistência social, investimento, etc. (ISAR, 2008, p.86; REIS, 2008b, p.35-37; UNCTAD, 2010, p.xxiv e 21). Tais articulações representam um grande desafio diante de um quadro de descontinuidade de políticas públicas, correndo o risco de permanecer eternamente no campo da retórica.

¹¹⁹ “Inovação *soft* pode ocorrer em qualquer setor industrial, mas existe dois tipos principais que valem a pena discutir. O primeiro é a inovação em produtos que são, eles mesmos, amplamente estético por natureza (e.g. música, livros, filmes, moda), e é encontrada particularmente naquelas indústrias por vezes chamadas de ‘indústrias criativas’, englobando cultura, mídias e Artes. O segundo tipo principal é inovações estéticas nas indústrias, cujo fruto não é estético por si mesmo, mas funcional. Isso pode abarcar, por exemplo, novos designs de carros, novos produtos alimentícios, produtos elétricos redesenhados, etc. Ambos os tipos foram amplamente ignorados no passado [...]” (STONEMAN, 2008, p.2, tradução nossa).

Apesar da grande dificuldade em sanar essa extensa lista de exigências (que inclui ainda outros itens como elaboração de marcos regulatórios, expansão da demanda, adequação às normas internacionais de propriedade intelectual, etc.), a economia criativa aparece como um caminho para o tão sonhado *catch up*, apresentado como coerente com o contexto contemporâneo da dita sociedade da informação e do conhecimento¹²⁰ (ROSS, 2007; UNCTAD, 2010, p.xix). Há mais de uma década, portanto, políticas desenvolvimentistas em torno de seus conceitos vêm sendo discutidas e implantadas em países periféricos de diferentes dimensões, em todos os continentes. Não só os gigantes emergentes como China (CHENGYU, 2008), Índia (RAMANATHAN, 2008) e Brasil, como também vários outros países latino-americanos¹²¹ e caribenhos¹²², africanos¹²³ e asiáticos (COSTA; SOUZA-SANTOS, 2011; LIMA, 2007). Tais iniciativas vão desde uma tentativa de maior inserção de produtos culturais desses países no mercado global¹²⁴ até investimentos em nível local – de pequenas vilas a grandes centros urbanos – em busca de uma diferenciação baseada na ideia de cidade criativa (SCOTT, 2008, p. 107, 152; UNCTAD, 2010, p.xx, xxiv e 52), muitas vezes a partir de projetos muito similares aos implantados em cidades como Londres, Barcelona ou Nova Iorque, etc. (REIS, 2008b, p.12 e 19; YÚDICE, 2006).

Várias experiências bem sucedidas relacionadas a indústrias culturais em países periféricos vêm sendo apontadas como importantes fontes de geração de emprego e crescimento econômico para estes países. Este é o caso, por exemplo, das indústrias cinematográficas da Índia (SANTOS-DUISENBERG, 2008, p.68) e da Nigéria (KOVÁCS, 2008, p.113; LOBATO, 2010; UNESCO, 2013, p.27), da produção publicitária argentina (SOLANAS, 2008, p.169), das telenovelas brasileiras e mexicanas (SCOTT, 2006, p.4; SANTOS-DUISENBERG, 2008, p.64).

¹²⁰ Os avanços tecnológicos relacionados às TICs tem tido um impacto significativo para as economias subdesenvolvidas. Para se ter uma ideia, do total de 4 bilhões de celulares em uso no mundo em 2009, 75% eram de usuários em países do “sul”. Além disso, o uso da internet, embora ainda muito limitado em vários desses países, cresceu cinco vezes mais rápido que no “norte” em 2008 (UNCTAD, 2010, p.xxiv).

¹²¹ Destaque para Chile e Argentina, pioneiros na criação de órgãos ligados ao Ministério da Cultura, dedicados à economia criativa, e para a Colômbia, selecionada em 2002 como país piloto do programa de Indústrias Criativas do *British Council* (LIMA, 2007).

¹²² Destacando-se a Jamaica (DAVIS, 2008).

¹²³ Destaque para a África do Sul (KOVÁCS, 2008, p.103).

¹²⁴ De acordo com a UNCTAD (2010, p.xxiii), os países ditos do “sul” exportaram em 2008, para todo o mundo, 43% do total da produção anual das indústrias criativas, o que significa em valores 176 bilhões de dólares e um crescimento anual de 13,5% no período 2002-2008 – valor atualizado para 12,1%, relativo ao período 2002-2011, o que já inclui os efeitos da crise financeira (UNESCO, 2013, p.10) – ilustrando o dinamismo desses países no mercado mundial das indústrias criativas. É preciso entender, contudo, conforme esclarece Santos-Duisenberg (2008, p.67), que o desempenho excepcional da China é um dos principais responsáveis por esses números. A China tem investido pesado na construção de parques de indústrias criativas, sobressaindo-se o entorno de Xangai (ASKERUD, 2008, p.245).

Porém, no caso da Nollywood nigeriana, por exemplo, o que começou como uma iniciativa criativa de pequenos produtores caseiros e que, pela forma como surgiu, se configurou como um mercado democrático e diverso, após o crescente sucesso, torna-se não só cada vez mais formal e profissional, como também cada vez mais controlado por grandes produtoras, grandes investimentos e pela formação de um *star system*, demonstrando como as formas híbridas da produção cultural dificilmente conseguem escapar da imposição de uma lógica industrial (CASTRO, 2008). Já no caso da telenovela brasileira, é fundamental lembrar que a responsabilidade de sua produção desde sempre esteve nas mãos de um oligopólio concentrado, a partir de uma lógica puramente mercantil e publicitária (BOLAÑO, 2012) que se estende recentemente também ao cinema¹²⁵.

Cidades também são apontadas como casos de sucesso, como no caso da Colômbia, que apresenta desde o exemplo de Popayan, nomeada pela UNESCO como a primeira Cidade da Gastronomia¹²⁶, até o caso mais famoso de Medellín (MELGUIZO, 2011; ONU-HABITAT, 2014)¹²⁷. Mais uma vez, estes casos de sucesso divulgados em alta velocidade como exemplos de “boas práticas”, tanto quanto as dos países desenvolvidos. Muitas vezes são supervalorizados pela atenção dada pela mídia e pelos impactos mais imediatos, desconsiderando as evoluções posteriores e os problemas que só aparecem com o tempo.

Diferente da UNCTAD, a UNESCO não assimilou de modo tão imediato o conceito de economia criativa. Em simpósio organizado em 2005, em Nagaur, na Índia, apesar de destacar as atividades artísticas e culturais locais como meio de empoderamento econômico e redução da pobreza, ainda não se rendia a essa nova terminologia. Já em 2013, a UNESCO encabeçou (em parceria com o PNUD) uma edição especial do *Creative Economy Report*, enfatizando a importância das iniciativas locais (de cidades ou regiões de um país) na promoção do desenvolvimento baseado na economia criativa (UNESCO, 2013). Neste relatório é possível perceber uma abordagem mais cética quanto ao verdadeiro potencial dessa estratégia e seus limites.

¹²⁵ “[...] dos títulos nacionais lançados entre 2000 e 2007, apenas 17,1% foram lançados com a participação da *Globo Filmes*. No entanto, no mesmo período, 77,3% do total de público e 77,8% da totalidade da renda auferidas foram obtidos pelos títulos que contaram com a participação da *Globo Filmes*” (ALVES, 2013, p.12).

¹²⁶ Pertencendo à lista da Rede de Cidades Criativas fundada pela UNESCO, citada em nota do capítulo anterior.

¹²⁷No Brasil, casos frequentemente citados como exemplos de sucesso são Paulínia/SP, Paraty/RJ, Conservatória/RJ e Guaramiranga/CE (REIS, 2008d). A primeira, um polo cinematográfico que vem passando por altos e baixos principalmente devido à instabilidade do apoio municipal. As demais famosas pelo turismo baseado em eventos culturais como a FLIP (Feira do Livro de Paraty) e o Festival de Jazz de Guaramiranga.

A UNESCO (2013) já reconhece que, por si só, a economia criativa não resolve a questão da pobreza e do desenvolvimento desigual, ao contrário, que esta pode ser bastante desigual em termos de sua distribuição espacial, econômica e organizacional, podendo ampliar a distância já existente entre ricos e pobres (entre países ou dentro destes).

While ideas and creativity are globally sourced, the dominant *transnational corporations*, usually those that control distribution, are still concentrated in the global North. The creative economy is also associated with large cities and/or dominant regions within countries, or even concentrated within cities where a prosperous creative industry sector may be a small enclave surrounded by poverty and social deprivation. The creative economy tends to concentrate today in great world cities that are already central places of financial capital, investment and power or have significant historical legacies of social and cultural mixing (UNESCO, 2013, p.30)¹²⁸.

Reconhece, ainda, que a promoção da economia criativa pode não estar associada ao que se entende por desenvolvimento humano e sustentável.

Some policies in this field are largely driven by economic agendas alone, often in the search for a highly elusive “quick fix”. Others are inspired by a narrow city marketing or place branding agenda, using culture merely as a new symbolic asset (UNESCO, 2013, p.84)¹²⁹.

E que podem representar simplesmente “vinho velho em odres novos”.

The risk of making cultural and creative industries policymaking “safe” for investors or the authorities is of watering down goals to the point where it loses cultural meaning and merely becomes old wine in new bottles, a business as-usual co-opting of cultural expression for existing interests, all the while missing opportunities to enhance dialogue, debate and, ultimately, new forms of development for marginalized people (that might initially stem from subcultural or oppositional roots) (UNESCO, 2013, p.99)¹³⁰.

O exposto até aqui parece indicar que a economia criativa seria muito mais um novo parâmetro para definir o que seria ou não uma sociedade dita desenvolvida do que verdadeiramente um caminho para atingir o desenvolvimento. Neste sentido, ser

¹²⁸ “Enquanto ideias e criatividade são abundantes em todo o mundo, as corporações transnacionais, normalmente aquelas que controlam a distribuição, continuam concentradas no Norte global. A economia criativa é também associada a grandes cidades e/ou regiões dominantes dentro dos países, ou até mesmo concentradas dentro das cidades onde um setor industrial criativo próspero pode ser um pequeno enclave rodeado pela pobreza e pela privação social. Hoje, a economia criativa tende a se concentrar nas grandes cidades do mundo que já são lugares centrais para o capital financeiro, investimentos e poder ou que possuem legado histórico de miscigenação social e cultural” (tradução nossa).

¹²⁹ “Algumas políticas nesse campo são amplamente dirigidas somente pela agenda econômica, em geral na procura de uma “solução rápida” altamente ilusória. Outras são inspiradas por um *marketing* urbano estreito ou agendas de criação de marcas para lugares, usando a cultura meramente como um novo ativo simbólico” (tradução nossa).

¹³⁰ “O risco de fazer as políticas de cultura e de indústrias criativas ‘seguras’ para investidores ou autoridades é o de diluir os objetivos ao ponto no qual elas perdem todo o significado cultural e se tornam meramente vinho velho em novas garrafas, um negócio como outro qualquer cooptando expressões culturais para interesses já existentes, enquanto se perde oportunidades de fortalecer o diálogo, o debate e, no final das contas, novas formas de desenvolvimento para povos marginalizados (que podem inicialmente originar-se de raízes subculturais ou de oposição)” (tradução nossa).

subdesenvolvido por si só representaria um empecilho, e não uma vantagem, para a construção de um modelo de economia criativa, o que leva a raciocínios circulares como o de Kovács (2008, p.111), ao afirmar que “os principais obstáculos para o desenvolvimento da economia criativa na África nascem do baixo nível de desenvolvimento e da história colonial”.

Desse modo, é preciso se atentar à complexidade e às possíveis contradições e armadilhas presentes nesta agenda, na qual muitos se incorporam simplesmente por “temerem ficar de fora” (ISAR, 2008, p.75) – o que, sem dúvida, teria um custo, a partir do momento que esta se estabeleça como um diferencial competitivo (REIS, 2008b, p.48). Não se pode negar, contudo, que ao longo desse processo de apropriação pelos países periféricos, tais conceitos foram se transformando em alguma medida, tentando adaptar-se a contextos substancialmente distintos dos países em que se originaram, o que inclui considerar diferentes problemas e também diferentes potencialidades¹³¹.

Resta pensar se haveria uma maneira de se adaptar a essa nova fase da economia mundial e aos novos discursos embutidos nessas mudanças, e, ao mesmo tempo, construir um projeto autêntico de desenvolvimento. Este é o questionamento que dá base para a análise do exemplo brasileiro a seguir.

4.3 O viés desenvolvimentista das atuais políticas culturais brasileiras: da economia da cultura à economia criativa

As políticas culturais, no Brasil, na última década, podem ser caracterizadas, grosso modo, por dois aspectos chave: a reinserção do tema da identidade e diversidade – porém, de modo distinto da forma como esta foi entendida nos períodos Vargas e militar – e a manutenção de um enfoque econômico iniciado pós-redemocratização. É o diálogo constante entre estes dois aspectos que molda o que tem sido uma política cultural de forte viés desenvolvimentista.

O modelo de apoio à cultura baseado nas leis de incentivo, iniciado na década de 1990, permanece durante o governo Lula praticamente sem alterações, embora comece a ficar mais claro o reconhecimento das desigualdades geradas pelo modelo de captação, especialmente entre grandes e pequenos produtores e entre regiões. A partir da ampliação do orçamento da

¹³¹ Ver, por exemplo, neste sentido, Reis (2007, p.311).

pasta, da regulamentação do Fundo Nacional de Cultura (FNC) e do acréscimo das “políticas de editais”, houve uma tentativa de resgatar o papel do MinC como formulador direto de políticas, que passaram a se relacionar a objetivos socioeconômicos, tais como geração de emprego, erradicação da pobreza ou combate às desigualdades, com o direcionamento dos editais a determinado público (negros, mulheres, jovens, indígenas, etc.) (DUTRA; SILVA, 2012; RUBIM, 2008).

Contudo, para Dutra e Silva (2012), apesar de mantida diretamente pelo orçamento do MinC, a política baseada em editais públicos possui várias semelhanças com as tradicionais leis de incentivo, uma vez que a função do governo continua sendo a avaliação de projetos – a partir de critérios formais de proposição – e fiscalização da execução dos mesmos, o que demonstra a dificuldade em superar o modelo neoliberal prevalecente. Para Lotta (2008), as políticas de editais, tanto quanto a de leis de incentivo, reproduzem esquemas de exclusão, o que se inicia por sua linguagem complexa, seus termos técnicos, os custos de envio, etc. Tais dificuldades incitam a necessidade de mediadores, levando ao risco de clientelismo e patronagem. Assim, novos “empreendedores culturais” somam-se aos diretores de *marketing* das grandes empresas, sejam estes indivíduos, ONGs ou outros “coletivos”.

Na gestão do ministro Gilberto Gil (2003-2008), o MinC passa a enfatizar o sentido antropológico de cultura e estabelece como dimensões fundamentais para o tratamento dado à cultura suas dimensões simbólica, cidadã e econômica (BOTELHO, 2007a; RUBIM, 2008). Vale destacar a centralidade da noção de diversidade, valorizada por si mesma e como recurso simbólico-econômico, o que também pode ser percebido na criação da Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural (SIDC)¹³², em 2004, e através da ratificação da “Convenção Internacional sobre Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais” (da UNESCO), em 2007 (ALVES, 2013; MACHADO, 2008). As relações com a UNESCO e outros organismos transnacionais (BID, UNCTAD) se fortalecem, orientando conceitualmente as políticas públicas de cultura, principalmente em sua relação com o desenvolvimento (BARBALHO, 2007; DUTRA; SILVA, 2012). Alguns autores (BOTELHO, 2001; DUTRA; SILVA, 2012; RUBIM, 2008) são céticos em relação ao uso desse conceito “ampliado” de cultura, elegido pelos discursos como o mais nobre e democrático, seja por sua dificuldade em passar do plano da retórica, seja por contrapor culturas marginais à

¹³² A partir de 2012, essa secretaria se funde à Secretaria da Cidadania Cultural (SCC), dando origem à Secretaria de Cidadania e Diversidade Cultural, atual responsável pelo programa Cultura Viva.

determinada cultura padrão, indiretamente eleita como legítima, ou, ainda, por embutir na conta das políticas culturais problemas sociais gritantes que passam a ser tratados como projetos de “identidade cultural”.

É neste contexto que, desde 2003, a UNCTAD reconhece a assistência ao Brasil nos esforços para adotar a economia criativa como uma estratégia de aceleração do desenvolvimento (UNCTAD, 2010, p.55). Mas é o painel organizado sobre o tema na sua XI Conferência, em São Paulo, em 2004, que fica marcado como ponto de partida deste debate em solo brasileiro (MIGUEZ, 2011; REIS, 2011a)¹³³. Durante a Conferência, o governo brasileiro se ofereceu para acolher em Salvador o já citado CIEC, o que demandaria estudos e a ampliação de contatos com governos de outros países. Embora o CIEC nunca tenha saído do papel, é a partir de então que se desperta no Brasil o interesse de políticos, executivos, acadêmicos, da classe artística e da imprensa nacional pelo assunto.

Assim, em 2006, o Fórum Cultural Mundial realizado no Rio de Janeiro também insere um módulo sobre o tema. E, a partir de 2007, são organizados seminários e conferências sobre o tema por iniciativa de instituições públicas e privadas, entre elas a Bovespa e o BNDES, em diferentes estados¹³⁴ (REIS, 2008a, p.17; REIS, 2008d, p.128; UNESCO, 2013, p.80). Instituições ligadas a bancos privados também começam a se inserir no debate através de publicações sobre o tema, como pode ser observado no lançamento, em 2008, do livro “Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento”, editado e financiado via lei de incentivo pelo Instituto Itaú Cultural e, em 2011, do livro “Cidades Criativas: Perspectivas”, apoiado pelo Banco Santander.

Demorou alguns anos para que iniciativas locais e estaduais de políticas voltadas à promoção das indústrias ou economia criativa começassem a surgir, mantendo a tendência de parceria

¹³³O ano de 2004 marca ainda a indicação da brasileira Edna dos Santos-Duisenberg para o posto mais alto de economia e indústrias criativas da UNCTAD. Posto em que permaneceu até julho de 2012, ano de sua aposentadoria. Segundo informativo do site da UNCTAD. Disponível em: <<http://unctad.org/en/pages/newsdetails.aspx?OriginalVersionID=154>>. Acesso em: 20 jan. 2015.

¹³⁴ Como, por exemplo, o I Seminário Nacional de Economia Criativa, ocorrido em Fortaleza (CE), entre 26-28 de novembro de 2007; o Seminário Internacional de Economia Criativa, realizado em Vitória (ES) entre os dias 10-11 de dezembro de 2007, pela Secretaria de Estado da Cultura e pelo SEBRAE-ES; a I Conferência Internacional sobre Economia Criativa do Nordeste, também em Fortaleza, entre 8 e 10 de dezembro de 2010; o I Seminário Internacional *Economia Criativa: Novas Perspectivas*, realizado em 20-21 de setembro de 2011, no Rio de Janeiro, pelo Instituto Brasileiro de Economia da Fundação Getúlio Vargas (IBRE/FGV) e pela Iniciativa cultural – Instituto das Indústrias Criativas; o Seminário Internacional *Economia Criativa, Cultura e Negócios*, organizado pelo SESC-SP, entre os dias 17-20 de abril de 2012.

com a iniciativa privada. Destacam-se como pioneiros os estados do Rio de Janeiro e de São Paulo, bem como suas respectivas capitais, levantando dados, definindo entre os setores criativos aqueles sobre os quais possuíam maior competitividade, apoiando a cadeia produtiva, etc.(UNCTAD, 2010, p.55).

O reconhecimento das indústrias criativas como âncora de desenvolvimento para o Rio de Janeiro se deu a partir de sua identificação no “Mapa do Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro” como uma vocação do estado (FIRJAN, 2006). Por iniciativa da FIRJAN, interessada nas oportunidades econômicas trazidas com o tema, tomando como base os modelos internacionais, realizou-se, em maio de 2008, um estudo pioneiro sobre a cadeia da indústria criativa no Brasil (núcleo criativo¹³⁵, atividades relacionadas e de apoio), que passou a servir de parâmetro para aqueles que começavam a se interessar pela temática. Este estudo, além de produzir os primeiros dados especificamente sobre economia criativa no Brasil, visava, sobretudo, destacar o potencial do estado do Rio de Janeiro. Como exemplo, ressalta que, enquanto o núcleo da indústria criativa empregaria 1,8% do total de trabalhadores formais no Brasil¹³⁶, no estado do Rio sua representação seria de 2,4%, o maior percentual entre os estados; além de ser o estado em que o trabalhador da indústria criativa seria, em média, o mais bem remunerado (FIRJAN, 2008). A partir de tal identificação, em 2010, a Secretaria Estadual de Cultura lançou o Programa de Desenvolvimento da Economia Criativa conhecido como Rio Criativo, plataforma de fomento à economia criativa¹³⁷ (RIO DE JANEIRO (Estado), 2013; UNESCO, 2013, p.80).

Já em relação à cidade do Rio de Janeiro, a forte presença da cadeia do audiovisual¹³⁸ – tanto cinema quanto televisão, setores de alta remuneração – e o destaque nos setores de artes visuais e *softwares* são indicados pela FIRJAN (2008) como indícios da sua identificação

¹³⁵ Expressões Culturais, Artes Cênicas, Artes Visuais, Música, Filme & Vídeo, TV & Rádio, Mercado Editorial, Software & Computação, Arquitetura, Design, Moda e Publicidade.

¹³⁶ A FIRJAN (2008) estima que, em 2006, a participação de toda a cadeia da indústria criativa no PIB brasileiro seria de 16,4%, e o total de trabalhadores envolvidos corresponderia a 21% do total do emprego formal no país. Como demonstra Caiado (2011), estes números são superestimados quando comparados a outros estudos nacionais e internacionais, uma vez que se trata de uma análise de toda a cadeia e não especificamente dos setores criativos.

¹³⁷ O Programa Rio Criativo foi implantado sob coordenação do músico e produtor cultural Marcos André Carvalho, ex-superintendente de Cultura e Sociedade da Secretaria de Estado de Cultura do Rio de Janeiro e atual secretário de Economia Criativa do MinC. Presente na capital do estado e em São João de Meriti (na baixada fluminense), com suporte técnico do Instituto Gênese da Pontifícia Universidade Católica do Rio de Janeiro (PUC-Rio), busca apoiar a geração, consolidação e fortalecimento de empreendimentos sustentáveis e que, após dois anos de existência, inspirou a reformulação que substituiu o projeto Criativa Birô.

¹³⁸ Especialmente fomentado pelo projeto RIO FILME, da Prefeitura do Rio de Janeiro (ALVES; SOUZA, 2012).

como um polo criativo. A prefeitura do Rio¹³⁹ investe atualmente na implantação do Polo de Economia Criativa (PEC RIO), abrigado na zona portuária¹⁴⁰ que passa por processo de regeneração através da operação urbana “Porto Maravilha”, tendo como âncora cultural o Museu de Arte do Rio (MAR) inaugurado em março de 2013 (MELEIRO; FONSECA, 2012; RIO DE JANEIRO (município), 2013; SILVA, 2014; SIQUEIRA; SEMENSATO, 2013). A promoção da economia criativa se insere ainda nos discursos de apoio a grandes eventos culturais e esportivos (Carnaval carioca, Rock in Rio, Olimpíadas, etc.), tendo o Rio sido escolhido como cidade sede da edição de 2012 do Fórum e Bienal Mundial da Criatividade, que incluiu o CRIO – 1º Festival Internacional de Criatividade – realizado na região do Porto Maravilha (ALVES; SOUZA, 2012; SIQUEIRA; SEMENSATO, 2013).

A capital paulista, por sua vez, adotou o conceito de cidade criativa e vem reforçando o valor de espaços como a Vila Madalena¹⁴¹ e eventos como a Virada Cultural e o São Paulo *Fashion Week*¹⁴² e toda a cadeia produtiva que se movimenta o ano inteiro em função do evento, ligada de forma direta ou indireta à moda (COSTA, 2012). Em 2011, foi lançado, por iniciativa do governo municipal em parceria com a Fundação do Desenvolvimento Administrativo (FUNDAPE), um estudo intitulado “Economia Criativa na Cidade de São Paulo”. O trabalho destaca o peso dos setores criativos no município, superior ao peso no estado e no país, bem como sua dinâmica mais acelerada¹⁴³, destacando os setores de informática, de edição e impressão e de publicidade e propaganda (CAIADO, 2011). A Federação do Comércio de Bens, Serviços e Turismo do Estado de São Paulo (FECOMERCIO-SP) lançou, em março de 2012, um índice de criatividade das cidades, analisando dados dos 27 estados e 50 maiores cidades do país, relacionando condições econômicas e sociais à presença de trabalhadores criativos. O índice destaca o potencial criativo de capitais como São Paulo, Rio de Janeiro e Brasília, além de cidades do interior como Campinas/SP e Londrina/PR (FECOMERCIO-SP, 2012).

¹³⁹ Em parceria com o Governo do Estado, PUC-RIO, FIRJAN e SEBRAE/RJ (MELEIRO; FONSECA, 2012).

¹⁴⁰ Área central de cinco milhões de metros quadrados, que passou por um longo processo de degradação, mas que abriga uma série de construções históricas e espaços relacionados à cultura.

¹⁴¹ Bairro boêmio que adotou a qualificação de criativo e atualmente promove eventos como a Virada da Economia Criativa (CATRACA LIVRE, 2014).

¹⁴² “[...] um dos três maiores eventos da cidade de São Paulo e entre as cinco maiores semanas de moda do mundo, responsável pela geração de mais de 5 mil empregos diretos e indiretos e R\$ 350 milhões anuais em mídia espontânea” (REIS, 2008d, p.134).

¹⁴³ O que representa 3% do emprego formal - equivalente a 50% dos empregos nas indústrias criativas do estado e 15% do país - e 9% do total de empresas.

Recife pode ser considerada o terceiro principal destaque em nível municipal com relação à economia criativa, principalmente pelo Arranjo Produtivo Local (APL) Porto Digital. Fundado em 2001 e especializado inicialmente em setores relacionados às TICs, a partir de 2010 o Porto Digital criou um novo braço chamado Portomídia (relacionado a *games*, multimídia, cinevideoanimação, *design*, fotografia e música), passando a assumir o termo economia criativa em seu escopo (ALBUQUERQUE NETO, 2014).

Ao se tratar de instituições privadas de significância nacional, é fundamental destacar o SEBRAE como um dos principais fomentadores atuais do debate sobre economia criativa no país e de ações visando o fortalecimento dos micro e pequenos empreendimentos criativos nacionais. É possível identificar suas ações nesse sentido em diversos estados como Rio de Janeiro, Bahia, Minas Gerais e Espírito Santo (MARINHO, 2013; SEBRAE, 2012; UNCTAD, 2010, p.55; UNESCO, 2013, p.80). Já entre as instituições públicas, além do início da produção de dados sobre o tema pelos institutos de pesquisa nacionais¹⁴⁴, o grande destaque é o BNDES que, desde 2006, através do “Programa BNDES para o Desenvolvimento da Economia da Cultura” (PROCULT), vem buscando incorporar a cultura e demais mercados intangíveis (FINGERL, 2007) em sua carteira de investimentos – patrimônio (CARDOSO *et al.*, 2011), artes visuais e performáticas, indústrias culturais¹⁴⁵ (MELLO, 2012; MELLO; GOLDENSTEIN, 2010), *design* (TEIXEIRA JÚNIOR *et al.*, 2012), *softwares* e serviços de Tecnologia da Informação (TI) (MEDRADO; RIVERA, 2013), e, gradualmente, incorpora a terminologia da economia criativa a seu discurso (CASTRO, 2014, p.113; GAMA, 2012; GORGULHO *et al.*, 2009; GORGULHO, 2010; MELLO *et al.*, 2013).

Voltando ao MinC, até 2010, mesmo após as conferências sobre economia criativa, seu fomento em nível local e pelo setor privado, a dimensão econômica da cultura era ainda tratada a partir do conceito de economia da cultura. Em 2006, houve a criação do Programa de Desenvolvimento da Economia da Cultura (PRODEC) (GIL; PORTA, 2008; PORTA, [2008]). Naquele momento, embora o debate em torno da economia criativa já estivesse sendo construído dentro do ministério, o termo era preterido na formulação de políticas, pois,

¹⁴⁴ Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), principalmente a partir do Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC), e Instituto de Pesquisa em Economia Aplicada (IPEA) – ver, por exemplo, Oliveira *et al.* (2013).

¹⁴⁵Em 2011, o BNDES assumiu a gestão do Fundo Setorial do Audiovisual (FSA), maior fundo público referente a um setor cultural específico.

segundo a coordenadora do PRODEC, Paula Porta, não daria conta do conjunto da economia da cultura no Brasil por não abranger segmentos economicamente dinâmicos, desde festas populares¹⁴⁶ até a produção científica.

Trabalhamos com o termo Economia da Cultura ao invés de Economia Criativa ou Indústria Criativa por entendermos que o primeiro, ao invés de delimitar o campo, o alarga, pois abrange outros setores como ciência e tecnologia. Já o conceito de indústrias criativas circunscreve o campo aos setores regidos por patente e propriedade intelectual (PORTA, [2008]).

Percebe-se que a visão do ministério era crítica ao uso dos termos economia/indústrias criativas especialmente por estarem atrelados à geração de propriedade intelectual. Contudo, dentro do escopo do PRODEC eram considerados setores como *software* de lazer, *design*, moda, arquitetura e propaganda (criação) (PORTA, [2008]), mais próximos à visão da economia criativa que à definição tradicional de economia da cultura.

A preocupação com a dimensão cidadã e com a ampliação da participação da sociedade civil na formulação das políticas públicas de cultura, através da garantia da diversidade e da democratização dos meios para a produção cultural, encontrou espaço na formulação do Programa Nacional de Cultura, Educação e Cidadania – Cultura Viva em 2004 (BARBALHO, 2007; SILVA; CALABRE, 2011; NUNES, 2012). Este programa institui os Pontos de Cultura: organizações culturais sem fins lucrativos que “recebem um equipamento multimídia e um valor mensal para sediar, articular e fomentar um processo de empoderamento da comunidade de baixa renda, por meio da criação de um local que facilita o uso das novas tecnologias” (REIS, 2008d, p.133), atuando em periferias e mesmo em aldeias e quilombos. Trata-se de um programa cultural visando acessar brasileiros excluídos do direito à cidadania (BARBALHO, 2007) ou, em outros termos, grupos em situação de vulnerabilidade social. Os Pontos se articulam através de uma rede, por meios virtuais e encontros presenciais (Teias), gerida pelos “Pontões”, pelas quais acessam e distribuem suas criações culturais. O programa Cultura Viva atua ainda em escolas (Escola Viva) e no incentivo à tradição oral (Griô), além de incluir em seus objetivos o fomento às economias solidária e criativa (NUNES, 2012; TURINO, 2008)¹⁴⁷.

¹⁴⁶ No âmbito do PRODEC, a economia da cultura abrangia “todos os segmentos artísticos (música, audiovisual, artes cênicas, artes visuais); telecomunicações e radiodifusão (conteúdo); editorial (livros e revistas); arte popular e artesanato; festas populares; Patrimônio Histórico Material e Imaterial (suas formas de utilização e difusão); software de lazer; design; moda; arquitetura e propaganda (criação)” (PORTA, 2008). Sendo considerados os setores mais dinâmicos a música, o audiovisual e as festas populares.

¹⁴⁷ Em 2008, o programa se descentraliza, passando a ser gerido em um modelo compartilhado por União, estados e municípios, visando, entre outros objetivos, facilitar trâmites burocráticos que travavam o programa, como as grandes dificuldades encontradas pelos “ponteiros” obrigados, no início, a lidar com a mesma estrutura que

Os problemas percebidos na aplicação do programa, após dez anos de existência, esbarram nos mencionados acima, referentes às políticas de editais: instabilidades causadas principalmente pela dificuldade em lidar com o aparato burocrático, como pode ser percebido na fala de Nunes (2012):

Aos poucos fui percebendo que ser ponteiro remete a uma atividade trabalhosa, que exige uma boa escrita, conhecimentos de leis, orçamentos e prestações. Percebi que as redes dos Pontos de Cultura também auxiliam os ponteiros que estão com dificuldades no trabalho administrativo dos Pontos.

[...]

Entre conversas e apresentações culturais, alguns ponteiros me diziam estar “cansados”, sem tempo para dedicarem à sua arte, pois estariam desgastados pelo trabalho administrativo de ser ponteiro (NUNES, 2012, p.5).

Estas dificuldades levaram, inclusive, a uma redução no repasse de recursos aos Pontos e Pontões nos últimos anos. Outra crítica referente ao programa é a dificuldade dos Pontos em dialogar com a comunidade local, que muitas vezes nem ao menos sabe da sua existência (MAGALHÃES, 2012; NUNES, 2012; TURINO, 2013).

Ainda visando uma maior conexão com a sociedade, o MinC procurou articular uma série de seminários, fóruns, câmaras setoriais e conferências municipais e estaduais de cultura, culminando na I Conferência Nacional, em novembro de 2005 (BOTELHO, 2007; RUBIM, 2008), que incluía em sua pauta o debate iniciado no ano anterior em torno da construção do Sistema Nacional de Cultura (SNC)¹⁴⁸ e do Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais (SNIIC) (SILVA, 2007, p.91).

Como resultado das conferências e servindo de direcionamento ao SNC, articulou-se o Plano Nacional de Cultura (PNC) – segundo na história das políticas culturais no Brasil – formulado em 2005 e regulamentado em 2010 (BRASIL, 2010)¹⁴⁹ na gestão do ministro Juca Ferreira (ALMEIDA, 2012; RUBIM, 2008, 2009). O PNC é um plano decenal (2010-2020) que estabelece objetivos, diretrizes, ações e metas, onde está incluída a compreensão da cultura como instrumento de desenvolvimento socioeconômico sustentável (BRASIL, 2011, p.39; BRASIL, 2013a; SILVA, Francisco, 2012).

regia os contratos milionários de grandes empreiteiras (TURINO, 2013). Em 2013, foi reformulado a fim de reconhecer como Pontos de Cultura grupos e coletivos sem personalidade jurídica e, a partir de 23 de julho de 2014, dez anos após sua criação, o programa Cultura Viva virou lei (n.13.018), transformando-se em política de Estado e ganhando perenidade (BRASIL, 2014).

¹⁴⁸Até abril de 2013, 23 estados e 1.752 municípios haviam formalizados a sua adesão ao SNC (ALVES; SOUZA, 2012).

¹⁴⁹A proposta de um Plano Nacional de Cultura tramitou no Congresso desde 2000 (PEC 306-A) (SILVA, 2006, p.26).

Juntamente com o PNC, também é regulamentado o SNIIC, já em operação em parceria com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), desde 2005. O SNIIC adota um conceito abrangente das atividades culturais,

[...] trazendo em suas rubricas atividades econômicas indiretamente ligadas à cultura e atinentes à economia criativa, como comércio atacadista de computadores, microcomputadores e softwares; telecomunicações; processamento de dados, digitalização de textos e imagens, hospedagem de páginas e sites; algumas atividades de bancos de dados e distribuição on-line de conteúdo eletrônico (REIS, 2011b, p.164).

Em 2011, o MinC inicia um redesenho, concluído em junho de 2012, que, entre outras mudanças, cria a Secretaria de Economia Criativa (SEC) (BRASIL, 2013b). O PNC é considerado o ponto de partida da institucionalização de políticas públicas culturais na área da economia criativa e da consequente criação dessa secretaria (BRASIL, 2011, p.39). Embora seu texto ainda fale preponderantemente em economia da cultura, a partir do momento em que a economia criativa passa a ser vista como a nova nomenclatura predominante no ministério ocorre uma transposição dos termos, como sugere o Plano da SEC para o período 2011-2014: “Onde se lê, portanto, trabalhador da cultura, leia-se trabalhador criativo. Onde se lê economia da cultura, leia-se economia criativa” (BRASIL, 2011, p.40). Além disso, o documento que estabelece as metas do PNC (BRASIL, 2013a), aprovadas em dezembro de 2011, já faz algumas menções diretas à economia criativa, como nas metas 7 (“100% dos segmentos culturais com cadeias produtivas da economia criativa mapeadas”) e 8 (“110 territórios criativos reconhecidos”).

A criação da SEC, concomitante à fusão da Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural (SIDC) com a Secretaria da Cidadania Cultural (SCC), foi vista com certo desconforto por aqueles que entendiam que essas mudanças representavam um deslocamento em favor de um viés economicista (ALMEIDA, 2012). Esse incômodo é visível na fala de Célio Turino, idealizador do programa Cultura Viva:

Cultura Viva diz respeito à pluralidade da vida, de suas expressões e desejos, mas o mundo da técnica transforma tudo em coisa, até mesmo a gratuidade da vida. Com isso, Oficinas de Conhecimentos Livres tiveram que ceder lugar à Economia Criativa (submetendo a Cultura à lógica da economia e não o contrário) e processos formativos horizontais (em que um Ponto contribuía com outro via afecções e as ideias se disseminavam de forma virótica) passaram a ser substituídos por formações verticais. E tudo amparado no discurso da qualificação técnica, em que os agentes do Estado são os qualificadores e os representantes da sociedade os desqualificados (TURINO, 2013).

O Plano da Secretaria da Economia Criativa foi lançado em setembro de 2011 pela Secretária Cláudia Leitão, para quem “[...] a institucionalidade de uma Economia dentro do Ministério

da Cultura deveria fortalecer esse ministério [...]” (LEITÃO, 2013b) como um órgão central na discussão sobre o desenvolvimento no Brasil.

O Plano “apresenta uma proposta de desenvolvimento econômico que corresponde à estratégia do PNC” (ALMEIDA, 2012, p.36) e se propõe o desafio de estabelecer um conceito de economia criativa adaptado à realidade brasileira (BRASIL, 2011, p.21; FERNANDEZ; SERRA, 2012) – o que significou manter a visão crítica a um conceito baseado na ideia de propriedade intelectual¹⁵⁰, enfatizando os processos de criação e produção – chegando às seguintes definições para os setores criativos:

[...] 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, 2011, p.22).

O que incluiria os setores culturais. A partir dessa definição, a SEC estabelece os seguintes agrupamentos de setores criativos: i) no campo do patrimônio: patrimônio material e imaterial, arquivos e museus; ii) no campo das expressões culturais: artesanato, culturas populares, indígenas e afro-brasileiras e artes visuais; iii) no campo das artes do espetáculo: dança, música, circo e teatro; iv) no campo do audiovisual e do livro, da leitura e da literatura: cinema e vídeo, publicação e mídias impressas; v) no campo das criações funcionais: moda, *design*, arquitetura e arte digital. Esta lista se distingue tanto da antiga listagem considerada pelo PRODEC quanto de outras classificações internacionais citadas no capítulo anterior e mesmo da definição estabelecidas pela FIRJAN (2008, 2011, 2012). Exclui setores como propaganda, *softwares*, rádio e televisão, jogos eletrônicos, festas populares e P&D. Ao mesmo tempo em que inclui esferas bastante amplas (culturas populares, indígenas e afro-brasileiras) – dando a impressão de que é possível enxergar tais esferas como produtos.

Já para a economia criativa a definição do Plano é a que se segue:

[...] 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, 2011, p.23).

Para Almeida (2012), ao menos em termos de políticas, essa é uma definição vaga, por “não diferir de qualquer outra lógica econômica (matéria-prima>mão-de-obra>processos de

¹⁵⁰ Vale frisar, contudo, que para instituições apoiadoras dos projetos propostos pela SEC, como o BNDES e o SEBRAE, a ênfase na geração de propriedade intelectual está fortemente presente (SEBRAE, 2007; MELLO *et al.*, 2013; BNDES, 2013).

produção) senão pela matéria-prima empregada (criatividade)” (ALMEIDA, 2012, p.23), ao mesmo tempo em que não atrela o conceito ao de desenvolvimento. Fica claro que os setores criativos importam enquanto bens e serviços (produtos), o que corrobora com o estranhamento quanto às classificações demasiadamente amplas. Por outro lado, Bolaño (2011a) o defende argumentando que

[...] o conceito de setores criativos adotado pela SEC, na elaboração do seu planejamento estratégico para o período de 2012 a 2015, é bom nesse sentido porque, ao enfatizar a noção de riqueza cultural, vinculando-a a um processo criativo, cujo resultado será ampliar o patrimônio cultural, escapa do economicismo das versões correntes da pura economia da cultura, aproximando-se do pensamento crítico, mais complexo, da economia política da comunicação e da cultura (BOLAÑO, 2011a, p.85).

O Plano da SEC estabelece ainda quatro princípios direcionadores de suas formulações – diversidade cultural, sustentabilidade (como fator de desenvolvimento local e regional), inovação e inclusão social (entendida como inclusão produtiva com base em uma economia cooperativa e solidária) (BRASIL, 2011, p.21 e 32) – e alguns âmbitos principais de atuação – institucionalização de territórios criativos¹⁵¹; desenvolvimento de pesquisas e monitoramentos¹⁵²; estabelecimento de marcos regulatórios favoráveis à economia criativa brasileira¹⁵³; fomento técnico e financeiro voltado para negócios e empreendimentos dos setores criativos¹⁵⁴; promoção e fortalecimento de organizações associativas (cooperativas, redes e coletivos)¹⁵⁵ e formação para competências criativas de modo a promover a inclusão produtiva¹⁵⁶ (BRASIL, 2011, p.66). Em 1º de junho de 2012, a Secretaria passou a existir oficialmente.

A partir do Relatório de Gestão da SEC para o período 2011 a julho de 2013, é possível identificar dois projetos prioritários entre as primeiras ações concretas da Secretaria. O

¹⁵¹ Ações e produtos: Rede Brasileira de Cidades Criativas/Polo Criativo/Bacia Criativa.

¹⁵² Ações e produtos: Conta satélite da cultura/Mapeamento de informações sobre a economia criativa/Observatório Brasileiro da Economia Criativa/Observatórios Estaduais de Economia Criativa.

¹⁵³ Ações e produtos: Desoneração tributária de atividades criativas/ Inclusão de micro e pequenos empreendimentos criativos na Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas (MPes)/ Inclusão de atividades criativas na lei do Microempreendedor Individual (MEI).

¹⁵⁴ Ações e produtos: Criativas Birô Nacionais/Criativas Birô Internacionais/Incubadoras de Empreendimentos Criativos/Crédito Criativo/Calendário Nacional de circuitos de feiras e eventos voltados para os setores criativos/ Portal Brasil Criativo/Brasil Criativo - Fomento a tecnologias de inovação/Brasil Criativo - Fomento à sustentabilidade de empreendimentos criativos.

¹⁵⁵ Ações e produtos: Brasil Criativo - Fomento a redes e coletivos/Brasil Criativo - Formação em redes e coletivos.

¹⁵⁶ Ações e produtos: Brasil Criativo, Brasil Sem Miséria: Empreendedor Criativo/ Brasil Criativo - Residências Criativas para a gestão de empreendimentos/Brasil Criativo - Formação para gestão de negócios criativos/Brasil Criativo - Formação para gestão de carreiras/Brasil Criativo - Formação para técnicos de empreendimentos criativos.

primeiro é a implantação do Observatório Brasileiro da Economia Criativa (OBEC), nacional (virtual) e dos estaduais (implantados em universidades públicas) atuando em rede. Essa rede torna-se responsável pela pesquisa acadêmica, dados e informações, além da promoção de eventos visando à troca de conhecimentos na área. Contudo, os dados disponíveis até o momento sobre os setores não provêm da rede de observatórios, que ainda não divulgaram oficialmente nenhum estudo mais amplo. Os números mais atualizados são os provenientes da última pesquisa da FIRJAN (2012) e de uma pesquisa realizada pelo Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (IPEA), em 2013 (OLIVEIRA et al, 2013)¹⁵⁷.

O segundo é o projeto Criativa Birô, a princípio um escritório público, em parceria com o Sistema S e universidades, de atendimento e suporte a profissionais e empreendedores que atuam nos setores criativos, localizado nas capitais estaduais. Até 2013, havia 13 escritórios em processo de implantação (BRASIL, 2013b)¹⁵⁸. A partir de 2014, após a mudança de gestão na SEC e posse do atual secretário Marcos André Carvalho, a proposta dos escritórios é

¹⁵⁷A última pesquisa da FIRJAN (2012) é mais completa e detalhada que a de 2008, abarcando além da cadeia produtiva um enfoque voltado aos profissionais criativos e expandindo os setores considerados no núcleo criativo (adicionando P&D e Biotecnologia), que em 2011 correspondiam a 243 mil empresas. Em termos de percentual do PIB, estimado a partir da massa salarial dessas empresas, a participação do núcleo foi estimada em 2,4%, 2,5% e 2,7% do PIB, respectivamente, em 2006, 2010 e 2011. Já em relação à renda dos trabalhadores do núcleo, esta passou de R\$ 1.663, em 2006, para R\$ 2.296, em 2010. Essa remuneração, que já era 45% superior à renda nacional em 2006, cresceu acima do crescimento desta no mesmo período. Os dados de 2011 não são comparáveis, pois se referem ao conjunto dos profissionais criativos (308 ocupações, dentre as presentes no Código Brasileiro de Ocupações – CBO – que comporiam a classe criativa brasileira) e não ao total de trabalhadores das empresas consideradas no núcleo (PINTO; AFONSO, 2013, p.10). Dentre os setores considerados, “arquitetura e engenharia” possuem a maior representatividade (mais de um 1/4 do total), seguido da categoria “publicidade e *design*”. Juntas, as duas categorias representam metade de todos os empregos no núcleo dos setores criativos em 2011. Já com relação a toda a cadeia da indústria criativa os números são bem mais expressivos, chegando a 18,2% do PIB em 2011. Destacam-se entre as categorias, em termos de estabelecimentos, mais uma vez “arquitetura e engenharia”, seguido pela cadeia da moda. Já em relação à classe criativa, entre os quais o estudo inclui até chefes de cozinha e analistas de negócios, a remuneração estimada chega a ser 4 vezes superior ao rendimento médio nacional (R\$1.733), correspondendo ao valor R\$4.693. Os segmentos ligados à P&D representam a maior remuneração média (R\$ 8.885), enquanto o de publicidade é o que mais emprega (entre as profissões estariam analista de pesquisa de mercado, gerente de *marketing*, e agente publicitário). Por outro lado, o setor com menor remuneração é a categoria “expressões culturais” (basicamente artesanato, incluindo também atividade de restauro e cenografia carnavalesca), com salário médio de R\$939. Entre os estados, como esperado, o destaque são São Paulo e Rio de Janeiro. Outros estados se sobressaem em categorias específicas, como o *design*, na região sul, sobretudo Santa Catarina, e moda e atividades artístico-culturais, no Ceará. Os rendimentos médios também variam significativamente entre os estados (R\$2.388 no Ceará e R\$7.275 no Rio de Janeiro). Estes dados servem como ilustração do que existe hoje em termos de números dos setores criativos no Brasil, embora devam ser vistos com cautela, não só como todas as médias, como por se tratar da iniciativa de um órgão privado que representa interesses específicos.

¹⁵⁸ O Criativa Birô foi inspirado em iniciativa semelhante executada no Ceará, quando da gestão da então secretária de cultura Cláudia Leitão, como registrado no livro “Cultura em Movimento” (LEITÃO, 2014a) e foi, ainda, proposto como modelo para o desenvolvimento da economia criativa do nordeste, com o nome de “Birôs de Negócios Criativos” (BNC) (LEITÃO et al, 2011).

modificada a fim de se aproximar do conceito de incubadora, tal como já estava em curso no modelo do Rio Criativo¹⁵⁹.

Para além do âmbito da SEC, a principal política nacional de apoio à economia criativa seria representada pelo Plano Brasil Criativo, cuja produção foi coordenada pela Casa Civil em parceria com o MinC no período de novembro de 2011 a outubro de 2012 (BRASIL, 2013b). O Plano prevê ações a serem implementadas até 2022, envolvendo diversos ministérios, além do sistema MinC e outros parceiros institucionais. Os desafios do Plano assemelham-se aos presentes no Plano da SEC e no PNC, abrangendo a área educacional e formativa, fomento ao micro e pequenos empreendedores criativos e a construção de marcos legais (LEITÃO, 2013c). Contudo, esse plano parece não ter sido integralmente implementado. Em entrevista ao Serviço Social do Comércio (SESC) de São Paulo, em maio de 2013, a então secretária Cláudia Leitão explica:

Quando construímos o Plano da Secretaria da Economia Criativa, rapidamente entendemos que se agíssemos de forma um pouco mais ampliada, na transversalidade das políticas entre partes de ministérios, poderíamos ter um plano de governo, maior do que o Plano da Secretaria. Foi aí que surgiu essa brincadeira que fala sério de chamar um plano que não fosse só do Ministério da Cultura de Brasil Criativo, parodiando os planos Brasil Maior, do Ministério de Ciência e Tecnologia, e o Brasil Sem Miséria, do Ministério do Desenvolvimento Social. [...] Como percebemos que não iríamos conseguir construir isso em dois anos, estamos tentamos criar alguns programas estruturantes para que esse plano possa acontecer um dia (LEITÃO, 2013b).

Como se pode notar na análise das ações referentes à economia criativa promovidas pelo governo brasileiro, embora a passos lentos e com algumas ênfases específicas, estas seguem de perto as recomendações da UNCTAD, tal como apresentadas no tópico anterior, buscando superar os obstáculos referentes, por exemplo, “ao apoio à profissionalização desses novos negócios, estruturação de infraestrutura para a circulação e difusão de bens e serviços criativos, além da concessão de crédito como apoio ao investimento no setor” (LEITÃO et al, 2011, p.545).

Percebe-se ainda um grande otimismo com relação ao potencial da economia criativa enquanto uma nova fase da economia capitalista:

¹⁵⁹O primeiro encontro da Rede de Incubadoras Brasil Criativo, realizado em novembro de 2014, contou com 14 incubadoras (algumas ainda em processo de implantação). Entre elas, as cinco mais antigas – Rio Criativo, Bahia Criativa, Pará Criativo, Goiás Criativo e Mato Grosso Criativo – compartilharam suas experiências com as demais. De acordo com o blog da Rede de Incubadoras Brasil Criativo. Disponível em: <<http://culturadigital.br/brasilcriativo/2014/11/26/i-encontro-da-rede-incubadoras-brasil-criativo-2/>>. Acesso em: 24 fev. 2015.

Diferentemente da economia tradicional “taylorista”, a economia criativa se caracteriza pela abundância e não pela escassez, pela sustentabilidade social e não pela exploração de recursos naturais e humanos, pela inclusão produtiva e não pela marginalização de indivíduos e comunidades (LEITÃO, 2011).

A diversidade cultural é vista como o “cimento” dessa “nova economia” (BRASIL, 2011, p.20).

A preocupação com a inserção dos produtos em nível internacional é um fato marcante, percebido na fala da então ministra Ana de Hollanda na abertura do Plano da SEC, que destaca que “apesar de ser reconhecido pela sua diversidade cultural e potencial criativo, o Brasil não figura nas pesquisas internacionais entre os 10 primeiros, países em desenvolvimento, produtores e exportadores de bens e serviços criativos” (BRASIL, 2011).

O fato da SEC estar abrigada no MinC também é significativo, representando a tentativa de conexão entre a “criatividade cultural brasileira com outras criatividades” (SILVA, 2013, p.177). É possível perceber que a promoção da diversidade cultural brasileira é incentivada principalmente através da exploração do seu potencial econômico, via bens, serviços ou atividades culturais. Há, contudo, certa instabilidade na postura do MinC com referência ao apoio aos setores culturais “não tradicionais” como pode ser notado nas polêmicas envolvendo a participação dos *games* e do serviço de TV por assinatura no Vale Cultura¹⁶⁰.

Mas, mais importante, é possível identificar a proposta, presente no Plano da SEC, de tentar conciliar essa assimilação de ideias, que provém de um modelo de estratégia de desenvolvimento proposto de fora a partir da economia criativa, com formulações originais capazes de adaptá-las as reais necessidades brasileiras (BRASIL, 2011, p.21; MORAES, 2011). O Plano da SEC entende que “assumir a economia criativa como vetor de desenvolvimento, como processo cultural gerador de inovação, é assumi-la em sua dimensão dialógica, ou seja, de um lado, como resposta a demandas de mercado, de outro, como rompimento às mesmas” (BRASIL, 2011, p.35).

Uma das peculiaridades do modelo de política proposto pela SEC pode ser identificada na sua ênfase na economia criativa como forma de inclusão produtiva de populações mais vulneráveis e, conseqüentemente, nos micro e pequenos empreendimentos e nos setores

¹⁶⁰Sobre a polêmica ver, por exemplo, Associação Comercial... (2013); Agrela (2014); Almeida (2012); Alves e Souza (2012); Games... (2013); Marta... (2014 a, b); Orrico (2013). O Vale Cultura é programa federal de incentivo ao consumo cultural aprovado recentemente pela Lei n. 12.761 (BRASIL, 2012).

informais, no desenvolvimento local de pequenas comunidades ou comunidades de periferia, nas organizações colaborativas e de economia solidária (BRASIL, 2011, p.35, 37 e 39). Dos quatro princípios direcionadores este é o mais presente no plano, juntamente com o da diversidade, enquanto os princípios da inovação e da sustentabilidade ficam um pouco ofuscados.

4.4 Desenvolvimento e criatividade em Celso Furtado: elementos para repensar a economia criativa

Na construção dessa compreensão específica do que seria a economia criativa enquanto um instrumento de desenvolvimento, a referência ao pensamento de Celso Furtado, especialmente sua visão sobre a relação entre cultura e desenvolvimento, tem sido cada vez mais recorrente e está presente não só no Plano da SEC e na sua promoção dos “Colóquios Celso Furtado: cultura e desenvolvimento”, como no debate nacional como um todo¹⁶¹. Nas palavras de Rocha (2012), vivemos no Brasil um tempo de “resgate da contribuição de Celso Furtado sobre a cultura”.

Parece consensual, portanto, a percepção de que a relação estabelecida por Furtado entre desenvolvimento e criatividade se conecta de algum modo às ideias relacionadas à economia criativa nos termos até aqui tratados. Alguns entendem que ambas possuem exatamente o mesmo sentido, como em matéria publicada na revista Valor Econômico, que afirma que “expressões correntes como ‘economia da cultura’ e ‘economia criativa’ eram embrionárias, se tanto, quando Celso Furtado as utiliza no livro ‘Criatividade e Dependência na Civilização Industrial’ (1978)” (VIANA, 2012), o que representa, no mínimo, um sério anacronismo. Outros tentam conciliá-las no sentido de retirar das obras de Furtado elementos a favor do fomento à economia criativa como estratégia de desenvolvimento (AMARAL FILHO, 2009; AYRES, 2012; BEZERRA *et al.*, 2012; LEITÃO E GANTOS, 2012), uma vez que entendem que a defesa da criatividade como processo fundamental ao desenvolvimento, tal como Furtado o defendia, encontra meios de se realizar através da economia criativa. E há, ainda, aqueles que recorrem ao pensamento de Furtado para indicar a incompatibilidade entre o modelo baseado nas indústrias criativas, tal como vem se desenvolvendo nos países desenvolvidos, com a realidade de país periférico do Brasil, buscando, a partir disso, uma

¹⁶¹ Como exemplos: Amaral Filho (2009), Ayres (2012), Bezerra *et al.* (2012), Bolaño (2011b, 2012), Borja (2009), Leitão (2011, 2013a, 2014 a, b), Leitão e Gantos (2012), Moraes (2011), Viana (2012), Silva, Francisco (2012) e Silva, Frederico (2012).

redefinição para o conceito de economia criativa (BOLAÑO, 2011b, 2012; LEITÃO, 2014, 2014a).

Furtado foi um dos autores que, após a crise da teoria do desenvolvimento dos anos 1970, desenvolveram trabalhos fundamentais para a crítica da teoria tradicional e para se repensar o conceito de desenvolvimento. Ao perceber que os ciclos de crescimento e industrialização na América Latina falharam em reverter a condição de subdesenvolvimento, fica claro para o autor os limites de um pensamento economicista para a compreensão do processo de desenvolvimento (CUNHA; BRITTO, 2013). Assim, se abre para uma visão mais pluralista na qual a cultura ganha um papel fundamental.

Alguns pontos em comum podem ser identificados entre a sua visão de desenvolvimento e o conceito de desenvolvimento humano de Amartya Sen – como, por exemplo, a necessidade de abertura para o diálogo com outros campos para além do econômico, a necessidade de reavaliação das diferenças entre fins e meios para se pensar o desenvolvimento e a importância dada à ideia de liberdade. Contudo, a reflexão que Furtado se impõe sobre a ideia de desenvolvimento se afasta do conceito de desenvolvimento humano, ao partir da percepção de que a subordinação dos fins aos meios – em outros termos, subordinação de todas as demais dimensões ao econômico – é característica intrínseca à ordem socioeconômica estabelecida e não uma questão de escolha na definição de parâmetros para avaliar o bem-estar de cada indivíduo. Parte também da percepção de que o subdesenvolvimento, como parte integrante da dinâmica de um sistema econômico, é uma condição histórica e estrutural que se impôs a determinadas culturas e que traz uma carga ideológica, devendo, portanto, ser pensado em termos sociais, culturais e políticos, para além dos seus efeitos individuais.

Assim sendo, a leitura de Furtado é útil tanto na busca por um sentido de desenvolvimento quanto de criatividade, ambos distintos dos que predominam na visão de economia criativa dos países desenvolvidos e da UNCTAD. A obra “Criatividade e Dependência na Civilização Industrial” (1978) é o ponto culminante do seu esforço de assumir a dimensão cultural em primeiro plano, tanto como elemento central para a compreensão da dinâmica de dependência dos países periféricos, quanto para a reformulação do conceito de desenvolvimento, que ganha profundidade com a introdução da criatividade como um fator chave (CUNHA; BRITTO, 2011).

Três elementos da obra de Furtado são fundamentais para entender em que medida faz sentido ou não as formas como vem sendo relacionada à economia criativa. São eles: a noção de dependência cultural – crucial para uma crítica à adoção pura e simples de modelos baseados nas economias centrais – o conceito de desenvolvimento endógeno – que nos incita a avaliar as possibilidades de um sentido próprio para as políticas de economia criativa pensadas do ponto de vista brasileiro – e a interpretação do autor sobre o conceito de criatividade e suas formas de expressão – fundamental para estabelecer os limites entre sua visão e o debate que se impõe atualmente.

Dependência cultural

Desde as clássicas formulações da CEPAL, havia a compreensão de que os países subdesenvolvidos tinham sua estrutura econômico-social condicionada pela dependência tecnológica (FURTADO, 1997, p.66). Para Furtado, porém, essa dependência seria somente um aspecto de um quadro mais amplo de dependência em nível cultural (FURTADO, 1997, p.69). Para chegar ao conceito de dependência cultural, Furtado (1978) parte de uma análise histórica do processo de formação e difusão do que ele denomina civilização industrial¹⁶², na qual o discurso científico é apropriado em favor do processo de acumulação, canalizando a criatividade para a inovação tecnológica e direcionando os avanços da ciência e da tecnologia (FURTADO, 1978, p.158). Sendo assim, Furtado (1978) considera que da civilização industrial emerge uma nova visão do processo social de produção baseada na racionalidade e, respectivamente, uma nova ordem social na qual as atividades econômicas influenciam todas as dimensões da cultura. Ampliação do excedente e eficiência produtiva constituem objetivos em si mesmos, ou seja, esta é uma civilização que subordina os fins aos meios¹⁶³.

¹⁶²O que Furtado chama de *civilização industrial* pode ser entendido como a sociedade que emerge como produto comum das revoluções burguesa, científica e industrial, tendo, portanto, sua origem em um contexto histórico bastante específico do continente europeu. A ampliação das rotas comerciais no continente gera um ganho de produtividade e, conseqüentemente, de excedente. O influxo de metais provenientes da América teria favorecido a monetização deste excedente, estimulando o comércio intracontinental e a ascensão da classe burguesa. Essa classe, onde ganha acesso aos centros de decisão, inicia um processo de transformação institucional, ampliando suas áreas de ação e subordinando o trabalho e a terra à lógica mercantil. Processo que fortalece a valorização da racionalidade instrumental e a subordinação das atividades sociais à lógica da acumulação (FURTADO, 1978, p.33-42). O processo de acumulação se acelera quando os valores mercantis chegam à produção, conduzindo à Revolução Industrial. Paralelamente, a revolução científica conduz à secularização e ao neoplatonismo galileano, alterando a visão do homem sobre a natureza a partir da crença na possibilidade de compreensão racional desta natureza, o que seria descritível matematicamente. Neste sentido, é diminuído o valor do qualitativo, ou seja, daquilo que é percebido pelos sentidos (FURTADO, 1978, 153-56). A difusão das práticas sociais exigidas pela acumulação teria produzido um ambiente receptivo ao discurso “científico”.

¹⁶³Nesta nova ordem, “a inovação nos métodos produtivos passa a ser o caminho mais curto para surpreender os concorrentes e, portanto, um instrumento de poder” (FURTADO, 1978, p.39), capaz de induzir uma constante diversificação nos padrões de consumo, da qual é dependente a continuidade do processo acumulativo. Esta

Nesse quadro, o desenvolvimento seria um “processo cultural e histórico cuja dinâmica se apoia na inovação técnica [...] posta a serviço de um sistema de dominação social” (FURTADO, 1978, p.57). Sendo assim, “se a acumulação se transforma em um fim em si mesmo [...] o processo de criação de novas relações sociais transforma-se em simples meio para alcançá-la” (FURTADO, 1978, p.48). Portanto, o desenvolvimento, na civilização industrial, resume-se ao avanço da dominação dos meios naturais e à eficiência na utilização de recursos escassos, sendo a razão considerada o princípio fundamental de realização das potencialidades humanas (FURTADO, 1978, p.161).

No contexto europeu¹⁶⁴ e nas demais regiões que, apesar da penetração da civilização industrial, foram capazes de reagir à ameaça de dominação externa e se reestruturaram em sentido adaptativo¹⁶⁵, Furtado (1978) esclarece que o processo de desenvolvimento se deu por uma via direta, em que os avanços da tecnologia puderam ser gradualmente absorvidos, à medida que era necessário poupar mão de obra, e no qual a acumulação foi capaz de gerar transformações sociais favoráveis à integração política das massas e à homogeneização do acesso a bens de necessidade básica e bens coletivos (apesar de mantida a heterogeneidade no acesso a bens supérfluos). Já o subdesenvolvimento é considerado uma via indireta de acesso à civilização industrial, que conduz a uma situação de dependência estrutural (FURTADO, 1978, p.42-46).

Por essa via indireta, o acesso aos frutos do progresso tecnológico se daria, primeiramente, via consumo, concentrando-se a acumulação em gastos em infraestrutura urbana e bens de consumo duráveis importados, reforçando, assim, as velhas estruturas de dominação (FURTADO, 1978, p.46). Posteriormente, a orientação da tecnologia estaria ligada a um

diversificação e o aumento dos gastos de consumo são traduzidos pela ideologia do progresso como elevação do nível de vida, graus crescentes de liberdade e felicidade individuais - o que garante a coesão social -, mas ocultam um processo de discriminação entre os consumidores, via fluxo de inovações, que favorece a reprodução de desigualdades (FURTADO, 1978, p.53-58). A aceleração do processo de acumulação permitiu aos povos europeus dominar e controlar grande parte do planeta, gerando um processo global de difusão da civilização industrial, que ainda hoje subordina os países subdesenvolvidos (FURTADO, 1978, p.45-47). Neste novo contexto, a ideia de progresso, fundamental na manutenção do pacto tradicional de divisão internacional do trabalho, é substituída pela ideologia do desenvolvimento. Diferente da ideia de progresso, a de desenvolvimento não se associa à estrutura social interna, mas se traduz em um pacto entre grupos internos e externos em favor da acumulação (FURTADO, 1978, p.76).

¹⁶⁴Incluindo os “domínios europeus” na América do Norte e Oceania.

¹⁶⁵ Caso do Japão e Rússia. O caso da Rússia é ilustrativo da maneira como a ideologia do progresso, baseado na acumulação, atinge até mesmo o pensamento revolucionário, contribuindo também por essa via para a expansão da civilização industrial.

esforço imitativo de adaptação e cópia de padrões, muito distinto da orientação dos países desenvolvidos, nos quais esta se liga a um processo mais amplo de criatividade cultural (FURTADO, 1978, p.79). Nas palavras de Furtado,

[...] como o acesso indireto à civilização industrial significou a introdução dessas transformações ao nível da demanda final (sob a forma de modernização), o processo de industrialização assumirá a forma de um esforço de adaptação do aparelho produtivo de alta densidade de capital, que não corresponde ao nível de acumulação alcançado no conjunto da sociedade, com fraca capacidade de geração direta de emprego (FURTADO, 1978, p.50).

O aumento da produtividade viria acompanhado por uma crescente heterogeneidade social e técnica, coexistindo um processo produtivo moderno integrado ao sistema mundial e outro arcaico de baixa produtividade, o que cria uma estrutura dual em que uma minoria que se apropria do excedente gerado pelos ganhos de produtividade e tem acesso a um consumo diversificado, incompatível com a estrutura produtiva local, convivendo de perto como uma grande massa sobrevivendo com baixos salários, reforçando sempre as desigualdades. Assim sendo, “esta dominação prolonga-se da relação externa entre os Estados nacionais para a relação interna entre as classes que compõem a estrutura de poder, gerando uma cultura da dependência no subdesenvolvimento” (BORJA, 2009).

É possível perceber, portanto, que, em cada via de acesso à civilização industrial, estabeleceu-se um processo distinto de “desenvolvimento”. A diferença entre estes dois processos, porém, se oculta em um “véu ideológico” que sustenta a dependência cultural, a partir da migração do centro para a periferia, não apenas de bens de consumo ou tecnologias, mas também de valores absorvidos, sobretudo, pelas classes urbanas (CUNHA; BRITTO, 2011, 2013). Para os países subdesenvolvidos, o processo de desenvolvimento é, portanto, a tentativa de cópia de um processo importado pré-definido. Neste caso, a modernização da periferia apenas fortalece a relação de dependência, a partir de uma apreciação de tudo que é de fora, dos valores culturais do mundo desenvolvido, como referências de progresso e prestígio social. O que, conforme argumenta Rocha (2012), reduz a criatividade e herança cultural não europeia do “povo” a símbolo de atraso.

Borja (2009) complementa o argumento, ao refletir sobre os avanços das técnicas de comunicação no reforço da estrutura de dependência, ressaltando que estas, do ponto de vista do consumo, ampliam ainda mais o acesso aos centros difusores dos valores culturais dominantes que, através da mídia, da propaganda e dos demais signos e elementos simbólicos

difundidos pela indústria cultural, reforçam a dominação cultural exercida pelos países desenvolvidos. Este autor destaca que este processo de dominação cultural se revelaria também na introdução de processos de trabalho típicos dos países centrais e a consequente necessidade de adaptação, por exemplo, do sistema educativo.

No mercado de trabalho do setor capitalista da economia periférica institui-se um padrão de concorrência norteado pelas exigências demandadas pelas empresas transnacionais. O trabalhador que pretende se inserir neste mercado deve atingir um mínimo de qualificações profissionais, ou então ficará relegado à margem da sociedade, operando no setor não-capitalista. O controle do capital e da tecnologia por agentes externos impõe um padrão “socialmente necessário” ao trabalhador periférico, um padrão que também é alheio à formação subdesenvolvida (BORJA, 2009).

Partindo dos argumentos de Furtado (1978) sobre o processo de desenvolvimento na civilização industrial e a inserção forçosamente indireta dos países periféricos, cabe perguntar se a situação de dependência cultural não se mantém atualmente no processo de disseminação da economia criativa, uma vez que este mantenha a centralidade de objetivos como a ampliação do excedente e eficiência produtiva (meios transformados em fim) e insira no leque de instrumentos para alcançar tais objetivos uma série cada vez maior de objetos e práticas simbólicos.

Essa subordinação dos fins aos meios é um elemento crucial para pensar o atual quadro de mercantilização da cultura, por vezes implícito em definições das indústrias criativas ao afirmarem que estas seriam “*tangible products and intangible intellectual or artistic services with creative content, economic value and market objectives*” (UNCTAD, 2010, p.8, grifo nosso)¹⁶⁶ ou na ênfase à propriedade intelectual (SANTOS-DUISENBERG, 2008, p.65 e 71; UNCTAD, 2010, p.181), que traduz a busca por novas fontes de privilégios monopolistas (MIGUEZ; MACHADO, 2010). Se a criatividade e herança cultural “não europeia” tende a não ser mais considerada símbolo de atraso, passa a ser considerado objeto de consumo, valorizada pela sua “performance econômica” (LEITÃO, 2014b), apropriado pela lógica instrumental e distanciado do contexto em que possui um significado que o determina como fim em si mesmo, enquanto elemento de uma cultura. As diversidades que realmente importam, nesse caso, são as de produto e de consumidores (LOTTA, 2008; REIS, 2008b, p.30), enquanto o processo de produção se padroniza. Sendo assim,

[...] deve-se ter em mente que, em uma análise da economia criativa, não há diferença fundamental entre o artesanato tradicional e aquele que gera produtos mais

¹⁶⁶ “produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com **conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercados**” (tradução nossa).

modernos e inovadores. Independentemente do tipo de tecnologia aplicada, eles todos são considerados indústrias culturais ou criativas, com necessidades semelhantes em termos de treinamento e habilidades, recursos e acesso aos mercados e a outro tipo de infraestrutura (ASKERUD, 2008, p.255).

A entrada dos países periféricos nessa “nova era” da economia criativa pode ser tão “alternativa” quanto o foi a sua entrada na civilização industrial, mantendo a dependência externa, uma vez que as condições iniciais continuam sendo desiguais em vários aspectos estruturais, o que reforça a existência de um sistema produtivo dual em termos tecnológicos, educacionais, de inserção do trabalhador (o que representa altas taxas de informalidade), etc. Kovács (2008, p.118) nos alerta para o fato de que “nenhum dos países em desenvolvimento pode realmente alcançar sozinho as principais economias culturais do mundo, dentro das condições desiguais do mercado liberal mundial”.

Essas condições desiguais refletem-se também no mercado interno, o que significa que, a partir da construção de uma economia criativa baseada em padrões estabelecidos de fora – baseado em atividades intensivas em inovação, nas novas tecnologias de informação e no novo consumidor-cidadão interativo do qual trata Hartley (2005) – somente uma parte da população, qual seja, a que se insere no sistema produtivo global, de alta produtividade – classe capitalista e classe média urbana de escolaridade elevada – é capaz de se beneficiar.

A insistência de alguns autores em salientar a importância das *best practices*, a partir de modelos excludentes do ponto de vista social e espacial (AMARAL FILHO, 2009), pensados para cidades europeias ou norte-americanas, mantém um padrão imitativo e nos leva a pensar se a economia criativa não está sendo tratada por tais autores muito mais como um objetivo final baseado em regras fixas do que como um caminho capaz de abrir possibilidades para o florescimento da criatividade de uma sociedade.

Como conciliar um discurso de preocupação com a cultura e o patrimônio cultural com intervenções urbanas de corte autoritário e excludentes como as que removem centenas de famílias para dar lugar a obras de eventos esportivos ou para a construção do Porto Maravilha, como vem acontecendo no Rio de Janeiro e em outras capitais do país, em um processo de gentrificação e elitização da cidade (SIQUEIRA; SEMENSATO, 2013)?

Assim, a economia criativa, que devia ser um meio de solução dos problemas do subdesenvolvimento, torna-se fim último e distante, o que favorece a supervalorização dos

países que já alcançaram o *status* de “criativos”, enquanto os países periféricos se percebem mais uma vez como atrasados, ao invés de imaginar de forma livre e criativa a construção do seu próprio futuro. É possível concluir que “as definições exógenas das ‘indústrias criativas’ não nos servem” (LEITÃO, 2013, p.9).

Desenvolvimento endógeno

Diante do quadro de dependência, continuamente reforçado independentemente dos esforços dos países periféricos em se modernizar e se “desenvolver”, fica claro para Furtado (1978) que o rompimento com esse padrão dependeria de uma reavaliação da própria noção de desenvolvimento, que passaria por uma contestação da lógica e dos valores intrínsecos à civilização industrial. O autor abre caminho para novas linhas de reflexão a partir da noção de desenvolvimento **endógeno**, tratado especialmente no último capítulo da obra “Cultura e Desenvolvimento” (1984).

O conceito de desenvolvimento endógeno ajuda a entender a necessidade de “formular e resolver quais são nossos problemas e prioridades” (AYRES, 2012, p.4), num “processo contínuo e dinâmico de fixação de objetivos e de adequação dos meios à sua consecução” (LEITÃO *et al.*, 2011, p.540), a partir dos próprios valores da sociedade e de “tecnologias sociais” próprias. Não basta que os países subdesenvolvidos possam contar com recursos imateriais próprios, se não puderem também estabelecer seus próprios objetivos, valores e caminhos – único meio de fortalecer a própria cultura e estabelecer um processo cultural criativo e desalienante em favor do desenvolvimento real.

Este conceito é possivelmente o mais ressaltado na atual referência a Furtado para se pensar uma economia criativa e suas políticas a partir da periferia, quando se enfatiza o seu potencial de valorização da diversidade cultural e de inclusão socioeconômica e cultural, para além da intencionalidade meramente econômica. Pensar a economia criativa como um processo de desenvolvimento endógeno direciona a discussão, sobretudo, para o nível local, uma vez que se entende que esta seria a esfera na qual a população é capaz de assumir de forma ativa o processo, gerando não só inclusão no nível socioeconômico, a partir da geração de trabalho e renda, como também a sensação de pertença, autodeterminação, empoderamento e enraizamento através da produção de bens e serviços culturais ou criativos baseados em conhecimentos locais, na própria cultura – seja ela tradicional ou urbana – ajudando a expressar e a construir a realidade ao redor, enriquecendo-a constantemente com novos

valores (AMARAL FILHO, 2009; AYRES, 2012; LEITÃO, 2013a; MIGUEZ; MACHADO, 2010; SILVA, Francisco, 2012; UNESCO, 2013). Esta visão permitiria inserir de maneira inclusiva os micro e pequenos produtores, os informais, os processos de economia solidária, etc.

Conforme especifica Leitão (2014b), seria necessário distinguir entre “indústrias criativas” e “economias criativas”. Estas últimas representariam as microeconomias, não necessariamente caracterizadas pela propriedade intelectual individual ou por tecnologias de ponta, e seriam as principais responsáveis pela promoção, informal e invisível, da inclusão social (LEITÃO, 2014a, p.242). A autora ressalta ainda o papel do desenvolvimento local e regional nesse sentido.

O grande papel das políticas culturais, nesse processo de reconstrução das bases locais, será o de valorizar os imaginários locais, a partir do fomento das expressões culturais tradicionalmente descartadas e excluídas, compreendendo-as como produtoras de sinergias e estimuladoras de solidariedades comunitárias (LEITÃO, 2014a, p.248).

Entretanto, a condução desse processo deve ser cuidadosa, no sentido de se proteger de algumas contradições. O fomento às micro e pequenas empresas, por exemplo, presente em quase todos os discursos envolvendo as indústrias criativas, pode significar uma distribuição desigual entre riscos e ganhos, de tal forma que estas arcam com os maiores riscos referentes ao processo de inovação ou de inserção de produtos criativos novos no mercado, mas não são beneficiadas com os maiores ganhos, apropriados por intermediadores, distribuidores ou mesmo por profissionais do *design* e do *marketing* pagos para estabelecer os modelos capazes de “agregar valor” aos produtos criativos.

Vale tomar como exemplo o estudo de Lourido (2005) sobre o artesanato, a partir do I Encontro Internacional de Negócios de Artesanato, organizado pelo SEBRAE, e o Prêmio UNESCO de Artesanato para a América Latina. A autora mostra que, apesar da ênfase dada por estas instituições ao “artesanato como espelho da criatividade e do patrimônio cultural dos artesãos”, a relação destes artesãos com as mercadorias vendidas não condizia com o discurso. Em sua maioria, tratava-se de desempregados urbanos que buscavam na produção artesanal uma mera fonte de renda, não possuindo qualquer vínculo cultural com o que produziam, nem utilizando esses itens no seu cotidiano. Muitos deles eram assessorados por *designers* (em geral do próprio SEBRAE) no uso de materiais, cores e desenhos para garantir que os objetos

teriam mercado. Assim, a autora questiona “qual é o patrimônio cultural deles e qual a relação com a diversidade cultural de cada país preconizada pela Unesco?”, e conclui:

O artesanato pode ser mobilizado pelos governos e organismos internacionais como uma alternativa ao desemprego porque é um sistema de produção mão-de-obra intensiva e não pode deixar de sê-lo, a risco de se converter em produção industrial. [...] O que atesta a possibilidade de que desempregados urbanos virem artesãos, a intervenção dos designers e a premiação à criatividade pela Unesco é que o valor do produto artesanal estaria nessa produção de diferença, sutil, deixada pelos traços das mãos nos objetos. Diferença sutil, já não marcada pelo pertencimento por direito de nascimento a uma linhagem, ou a uma nação, mas pelo pertencimento precário a uma classe num sistema capitalista internacional turbulento e instável (LOURIDO, 2005).

Outro exemplo diz respeito à comunidade indígena Yawanawá, do estado do Acre. Nesse caso, o que se dá é um processo misto em que os consultores e *designers*, como o famoso arquiteto Marcelo Rosenbaum, ao mesmo tempo mergulham nessa cultura tradicional em busca de elementos (matérias-primas, mitos, formas) para a elaboração de produtos – no caso em questão, luminárias que visam o mercado de luxo interno e externo e chegam a ser lançadas no salão de móvel de Milão e difundidas nas grandes revistas de decoração – e oferecem consultoria em gestão e empreendedorismo para os índios artesãos na comunidade, com o objetivo de estruturar e ampliar o potencial de geração de negócios inovadores, fazendo com que valores locais tenham mercado e reconhecimento global. O projeto, denominado “A gente transforma” (AGT), entende que o principal beneficiário é a comunidade produtora, que fortalece sua identidade e autoestima ao dar reconhecimento aos conhecimentos indígenas. Nas palavras do próprio Rosenbaum, “esse processo pretende ser o início de um movimento maior visando a valorização e permanência da cultura, como um elemento de formação e possibilidade econômica através dos valores de pertencimento, a tão falada economia criativa, o *soft power* brasileiro” (BASTIAN, 2013; ROSENBAUM, 2015). Qual o sentido de pertencimento, porém, na criação de luminárias que se encontram somente em casas de classe média alta, que possuem um *design* que nada comunica sobre os valores indígenas e que, para sua criação, demandaram um processo de imputação de uma lógica externa à comunidade, baseada no empreendedorismo e na busca por atender ao mercado? Quem realmente parece se beneficiar desse processo? Este pode ser considerado um processo de desenvolvimento endógeno?

Para compreender mais profundamente o sentido de desenvolvimento endógeno do qual fala Furtado (1984) é imprescindível se atentar para o seu entendimento sobre o significado de

criatividade e em que dimensões esta seria capaz de interferir na construção de um projeto de desenvolvimento.

Conceito de criatividade e suas formas de expressão

Ao reavaliar o conceito de desenvolvimento a partir de um olhar aberto à dimensão cultural, a fim de que este seja verdadeiramente capaz de significar um processo efetivo de transformação da realidade, Furtado (1978) se depara com a centralidade da ideia de **criatividade**: “[...] o processo de mudança social que chamamos de desenvolvimento adquire certa nitidez quando o relacionamos com a ideia de criatividade” (FURTADO, 1978, p.81).

A fonte última do que se entende por desenvolvimento – e que permite perceber em seu sentido, mesmo que de modo implícito, uma mensagem de caráter positivo – para Furtado (1978, p.82) estaria na energia potencial gerada pela vida em sociedade, que para liberar-se depende de meios adicionais, gerando assim, de modo intencional, um processo contínuo de criação de excedente e também de valores culturais. O autor parte da ideia de que é a busca do homem para se compreender que impulsiona a sua potencialidade criativa e que gera um “fluxo social de criatividade”, num permanente esforço para enriquecer de valores o mundo. Para Furtado, a cultura não seria somente herança do passado, uma vez que inclui esse fluxo de transformação gerado pela criatividade como resposta aos problemas permanentes do homem (FURTADO, 2012d, p.91; 2012b, p.53)¹⁶⁷.

É possível perceber uma compreensão sobre o termo criatividade que supera o que Zorzal e Basso (2001) identificam como as suas concepções mais aceitas e difundidas, principalmente a partir da década de 1950, quando a criatividade começa a ser alvo de estudos sistemáticos na área da psicologia. Segundo estes autores, a partir de então, o tema ganha um tratamento estritamente pragmático, centrado na identificação das habilidades para a atividade criativa, identificadas tão somente em termos de indivíduos particulares, e negligenciando o seu papel como algo próprio ao gênero humano. Estes autores buscam recuperar o sentido mais genérico do termo, concordando com o modo como o emprega Furtado, ao defenderem que:

¹⁶⁷Em tal defesa, Furtado sofre influência do contexto acadêmico francês da década de 1970, incluindo o pensamento do professor François Perroux, como pode ser constatado pela proximidade das ideias apresentadas em Furtado (1978) e várias obras deste autor francês, entre elas *A economia do século XX*, *Criação Coletiva I e II* e *Alienação e sociedade industrial*. Perroux, assim como Furtado, identifica a possibilidade de um caráter positivo para o desenvolvimento, a partir da identificação da criatividade como peça central de um processo de **construção coletiva** de uma nova vida e de um novo espírito (CUNHA; BRITTO, 2013).

Os seres humanos *são*, ontologicamente, criativos, sendo a variabilidade de suas criações o resultado do caráter também inerente da faculdade humana para transformar, sob infinitas possibilidades relacionais, sua realidade objetiva e subjetiva (dialeticamente imbricadas) (ZORZAL; BASSO, 2001, p.7).

Este caráter ontológico deriva, segundo os autores, do fato de que é justamente a faculdade para interferir intencionalmente na realidade (criatividade) que explica a condição histórico-cultural do homem. Neste sentido, todos os homens seriam detentores da faculdade criativa, cuja matéria-prima seria a própria realidade na qual se inserem (ZORZAL; BASSO, 2001)¹⁶⁸. Ou seja, a capacidade de desenvolver-se seria imanente ao homem enquanto ser social, histórico e cultural.

Furtado (1978, p.162) relaciona a criatividade à ideia de **liberdade**. Desenvolver-se passaria, assim, pela conquista dessa liberdade, quando entendida não de modo negativo como um rompimento com o pré-estabelecido, mas como uma concepção positiva referente a um ato de criação, como a capacidade de se autotransformar. Nas palavras de Furtado:

A criatividade como liberdade corresponde a um ato de afirmação pessoal que vincula moralmente quem cria a sua obra. [...]. A incapacidade do homem de simplesmente entender o que criou constitui a manifestação mais dramática de sua alienação, no sentido de sua perda de identidade (FURTADO, 1978, p.165).

O desejo de liberdade, essência do humano, estaria, desse modo, expressa na sua cultura, na sua ação criadora, uma vez que seja garantida a sua capacidade de fundir o criar com o viver, de possuir uma visão global sobre o sistema ao qual se insere e a consciência crítica que esta visão desperta. Nas economias de mercado da civilização industrial, a subordinação da criatividade à lógica dos meios é, portanto, uma instrumentalização da própria liberdade, um processo alienante que impossibilita essa visão global (FURTADO, 1978, p.164). A “liberdade inerente ao sistema” (FURTADO, 1978, p.170) é, portanto, consequentemente limitada. Mas ao entendermos a liberdade como criatividade, essa “faculdade humana de interferir no determinismo causal”, abre-se a possibilidade para descontinuidades estruturais capazes de enriquecer de “novos elementos qualquer processo social” (FURTADO, 1978, p.172), ou seja, para o verdadeiro desenvolvimento.

¹⁶⁸O caráter coletivo da criação humana é, portanto, fundamental, tal como colocado por Perroux ao tratar do desenvolvimento coletivo de criação do homem pelo homem através do trabalho. Segundo Zorzal e Basso (2001), esta relação entre criatividade e trabalho estaria implícita na teoria marxista sobre o trabalho, a partir da qual a atrofia das potencialidades criativas humanas pode ser compreendida com base no entendimento do fenômeno da alienação (CUNHA; BRITTO, 2013).

Percebe-se, portanto, que a concepção de criatividade, tal como Furtado (1978) a defende, não se limita de modo algum ao que poderia se configurar como indústrias, classes ou cidades criativas (em distinção ao que poderia então ser entendido como indústrias, classes ou cidades “não criativas”) e se afasta do olhar pragmático a partir do qual a criatividade vem sendo tratada nestas discussões. Para Bolaño (2011b), o pensamento de Furtado estaria inserido em um patamar superior de análise entre cultura e desenvolvimento, sem relação com o discurso padrão da economia criativa.

Compreender essa concepção requer refletir sobre a criatividade em três âmbitos, conforme a leitura de Rodríguez (2007): no âmbito material ou econômico, através do progresso técnico – que amplia as possibilidades de geração de excedente; no âmbito sociopolítico – onde a criatividade se impõe como uma necessidade para administração das tensões políticas geradas pela acumulação; e, finalmente, no âmbito mais amplo do sistema de cultura – no qual ideias e valores abrem caminho para a realização das potencialidades latentes no próprio homem nas esferas filosófica, religiosa, artística e científica. O processo de desenvolvimento seria, portanto, um processo de ampliação da criatividade nestes três âmbitos.

a) Criatividade no âmbito material

Furtado reconhece na inovação a via pela qual a acumulação introduz as modificações no sistema de produção e nas estruturas sociais que condicionam o desenvolvimento e, portanto, na cultura, através de sua base material. Os países periféricos, quando forçados a adquirir a tecnologia proveniente do centro do sistema mundial, fundadas a partir de outra base histórica, social e cultural, introduzem novas contradições ao seu processo de desenvolvimento (BORJA, 2009). Assim, o esforço desempenhado por estes países na tentativa de reduzir a distância com relação ao centro, empenhado principalmente a partir do século XX, se baseia na ideia de uniformização das “necessidades” humanas reforçada pela expansão do mercado global, que orienta a atividade inovadora. Neste contexto, a hierarquia global se dá não apenas em termos de acumulação de forças produtivas, como em termos de autonomia tecnológica.

Sendo assim, na visão de Furtado, a acumulação é condição necessária, mas não suficiente para reduzir a dependência, principalmente se persiste a dependência tecnológica. As dificuldades se ampliam uma vez que a luta na frente tecnológica depende de estar

“assegurado o controle de importantes segmentos de mercado interno e reunida uma massa crítica de recursos financeiros” (FURTADO, 1978, p.123).

Além disso, à medida que avança o processo de transnacionalização de empresas e bancos¹⁶⁹, novos desafios são colocados aos países subdesenvolvidos. Estas instituições se beneficiam do avanço das técnicas de comunicação, aumentando a participação de transações internas à empresa, em nível internacional, o que amplia sua liberdade de manobra frente às restrições impostas pelos coordenadores nacionais. Tiram vantagem, por exemplo, da inexistência de forças neutralizadoras organizadas nos países subdesenvolvidos, o que favorece a concentração de renda em favor dos países que controlam o seu capital (FURTADO, 1978, p.24-27).

A grande empresa transnacional é encarada como o primeiro eixo nítido de um sistema de forças global. Este tipo de empresa deteria o quase-monopólio da inovação tecnológica, graças ao seu potencial de investimento em P&D, correspondendo a estas “o máximo de iniciativas no campo da acumulação e da criatividade” (FURTADO, 1978, p.23). Como alerta Bolaño (2011b, p.12), “o problema é dos mais difíceis, na medida em que é no nível global que os elementos centrais da tecnologia e da cultura material se definem e não há como escapar dos limites estruturais que nos vinculam ao conjunto da economia e da sociedade mundiais”.

Kovács (2008, p.99) comenta os efeitos das inovações tecnológicas que, embora possam oferecer oportunidades para que haja mais liberdade, compartilhamento e solidariedade, pelo menos no que diz respeito à África, “parecem aumentar, principalmente, os riscos de dominação, de desigualdade e de exclusão”. Na mesma direção encontra-se a afirmação de Askerud (2008) de que

[...] ainda que os novos meios de informação possam ter alterado o equilíbrio de poder dentro do sistema de conhecimento existente, os níveis mais altos de acesso à informação em muitos países industrializados, e em bolsões dos países em desenvolvimento também estão ampliando o abismo entre os que possuem acesso à informação e aqueles que não, tanto em termos de países pobres *versus* países ricos, quanto em termos de diferenças regionais dentro de um mesmo país (ASKERUD, 2008, p.254).

¹⁶⁹ Processo detalhadamente descrito por Furtado (1984), no oitavo capítulo – *Crise e transformação na economia mundial*.

Abrir os caminhos para que a criatividade floresça, em todos os âmbitos, gera consequências que repercutem em benefícios inclusive econômicos, sem que pra isso seja necessário formatá-la a fim de torná-la rentável acima de tudo. A tecnologia – no caso da economia criativa especialmente as novas tecnologias de informação e comunicação – nesse caso, serve como meio e a garantia do seu acesso às camadas mais amplas da sociedade é fundamental, mas o alcance de padrões inovadores determinados não pode ser entendido como fim em si mesmo.

É importante perceber que o contexto brasileiro não coincide com um contexto de desindustrialização inevitável, como, por exemplo, no caso inglês. Pelo contrário, esta deve procurar ser evitada a todo custo, dadas as condições estruturais do país (BOLANÑO, 2012). Assim, falar em exportação de marca e conceito, como sugere Cabral (2008, p.163), com relação ao São Paulo *Fashion Week* – “O produto, se bem feito, pode ser feito em qualquer lugar. Nossa vantagem não é de custo. A diferenciação não está no produto, na fabricação, mas no que ele carrega de intangível, como conceito e marca” – sem atrelar a esse processo de produção intangível os processos de fabricação em si, pelo seu potencial de geração de emprego e renda, não faz o menor sentido no Brasil.

b) Criatividade no âmbito sociopolítico

Na lógica da civilização industrial, até mesmo a política, esfera principal de determinação dos fins últimos de uma sociedade, serve à acumulação, na medida em que é condição para reduzir as tensões sociais e em que está baseada em superideologias disciplinadoras em benefício dos grupos hegemônicos (FURTADO, 1978, p.87). Nesse nível, o caráter político das decisões econômicas fica cada vez mais claro e a grande empresa é vista, acima de tudo, como manifestação de condensação de poder, que muitas vezes entra em conflito com os interesses do próprio Estado (FURTADO, 1978, p.27-30). Nos países periféricos, a manutenção da estrutura de dependência não representa nenhuma forma de exclusividade de interesses de forças externas, mas é fortalecida, sobretudo, por interesses ligados também a agentes econômicos internos, interessados exclusivamente no favorecimento do processo de acumulação e, por isso, identificando-se “mais com os valores culturais e ideológicos do centro do que com os valores próprios de seu país” (BORJA, 2009) – o que confere legitimidade, na periferia, às ideias provenientes do centro. Dito isso, Borja (2009) conclui:

Partindo desta construção, poderia ser levantada a hipótese de que, tendo em vista a dominação cultural imposta pelo centro do sistema mundial e a cultura da

dependência instituída internamente pelas classes dominantes, se torna muito mais complexa nos países subdesenvolvidos a consolidação de uma identidade nacional e de um interesse comum. De forma que tal fato acabaria por inviabilizar a elaboração e a realização de um projeto nacional de desenvolvimento que priorizasse a autonomia dos centros nacionais de decisão e objetivasse a superação do subdesenvolvimento (BORJA, 2009).

A criatividade, portanto, deve ser também política, uma vez que, como sugere Eagleton (2011, p.91), “a cultura é mais o produto da política do que a política a serva obediente da cultura”. Para que haja criatividade política é necessário vontade coletiva e esta requer “um reencontro das lideranças políticas com os valores permanentes de nossa cultura, cujas raízes estão na massa da população” (FURTADO, 1984, p.30).

Assim, ao reduzir o nível de abstração e passar aos termos práticos da ação sócio-política e da intencionalidade necessária à defesa de suas concepções, encontramos em Furtado um ponto crucial para pensar os limites da defesa de uma estratégia de desenvolvimento baseada na economia criativa. Isso porque fica claro que é na esfera política – para além de qualquer planejamento – que se dão os verdadeiros embates a partir dos quais se definem os fins últimos aos quais uma proposta de desenvolvimento se direciona, sejam estes a priorização do crescimento econômico baseado no grande capital – permanecendo o vínculo entre desenvolvimento e cultura como meramente instrumental, a serviço da lógica da civilização industrial (SILVA, Francisco, 2012) – ou a dinamização de economias locais, geração de trabalho e renda a partir da libertação de todo o potencial das forças criativas da sociedade.

Aqui cabe retomar o conceito de diversidade para se perguntar se na esfera política esta se representa verdadeiramente ou se, por trás de uma ideologia que prega o valor da diversidade, prevalece o poder das grandes empresas privadas¹⁷⁰ (para as quais a cultura popular serve somente como fonte de inspiração e construção de marca); da classe média “criativa” nos termos de Florida (2002); dos bancos privados e públicos; dos técnicos e consultores e das agências internacionais. Se existe um ponto que as estatísticas sobre a economia criativa revelam, não só no Brasil, é que os setores que realmente pesam economicamente nessa conta são arquitetura (muitas vezes associada à engenharia), publicidade, produção de *softwares*, moda, etc.¹⁷¹, ou seja, setores globalizados ligados ao capital transnacional, cujo peso econômico confere o peso político para defesa de seus interesses (ALVES; SOUZA, 2012). O

¹⁷⁰Como aquelas que a FIRJAN e a FECOMERCIO-SP representam.

¹⁷¹ Segundo a FIRJAN (2008), arquitetura, moda e design corresponderiam, em conjunto, a 82,8% do mercado de trabalho criativo, 82,5% dos estabelecimentos e 73,9% da massa salarial.

mesmo vale no sentido territorial, para o qual o peso econômico e, respectivamente, político do eixo Rio-São Paulo, por exemplo, é indiscutível.

Não se trata, como sugere Reis (2008c, p.11), de fazer simplesmente com que as populações vulneráveis percebam “a diferença entre o valor que produzem e o preço que praticam”, nem somente de discutir se a propriedade intelectual deve ser pensada também em termos coletivos e não só individuais para defender os direitos dos grupos tradicionais, mas sim de permitir que estes agentes estejam presentes nas mesas de discussão (SALAINI E ARNT, 2010). Para tanto, é preciso fugir dos estereótipos e do pensamento de que as fontes da diversidade devem permanecer intactas, respeitando as diferentes “formas culturais de entendimento acerca da produção do conhecimento, da representação política e da autodeterminação” (RIBEIRO, 2010, p.82) e, ao mesmo tempo, percebendo os antagonismos que existem entre essas diferenças (BARBALHO, 2007) – para não incorrer no risco de “transformar a precariedade em virtude” (MICHETTI, 2012, p.188).

Para Sodré (2006, p.8), “existe um abismo entre o reconhecimento filosófico do outro, que é abstrato, e a prática ético-política de aceitar outras possibilidades humanas, de aceitar a diversidade, num espaço de convivência”. Imunizamos-nos socialmente para uma determinada dimensão da diversidade, que seria a verdadeira compreensão do diferente concreto em sua multiplicidade de expressões identitárias, valores e percursos do sentido.

Na abordagem da diversidade há, portanto, que considerar categorias de pensamento relegadas ao segundo plano pela metafísica ou pela montagem universal de sentido a partir da racionalidade instrumental. [...] O respeito à liberdade do outro passa pelo reconhecimento — não apenas intelectual, mas principalmente sensível — de sua liberdade de se interrogar singular e diversamente sobre o seu próprio destino (SODRÉ, 2006, p.11 e 14).

c) Criatividade no âmbito do sistema de cultura

A partir da visão de Furtado, é possível perceber o caminho natural pelo qual este chega à necessidade de se pensar a promoção do desenvolvimento interligada à promoção da cultura. “[...] se a política de desenvolvimento objetiva enriquecer a vida dos homens, seu ponto de partida terá que ser a percepção dos fins, dos objetivos que se propõem alcançar os indivíduos e a comunidade” (FURTADO, 2012a, p.76), devendo, portanto ser posta a serviço do processo do enriquecimento cultural.

Deste modo, a política cultural é encarada por Furtado como desdobramento e aprofundamento da política social e, portanto, deve permitir identificar as condições particulares da sociedade que favorecem a criatividade e aquelas que a inibem; substituir o padrão de comportamento imitativo por um novo processo cultural criativo; combater as desigualdades regionais e os constrangimentos sociais e afirmar a identidade frente à indústria cultural homogeneizante.

A arte, para Furtado (1984), seria um dos movimentos que poderiam representar uma base antagônica à lógica dos meios, desde que não represente uma simples acomodação à cultura de massa, que faz com que os objetos de arte se transformem em meros meios de acumulação de riqueza (FURTADO, 1984, p.107). Quando percebida como instrumento de transformação é capaz de construir “uma crítica silenciosa do valor de troca e da racionalidade instrumental” (EAGLETON, 2011, p.30), a partir da liberação da percepção e do mundo sensível, ao constituir-se como uma linguagem privilegiada capaz de transmitir “mensagens que alcançam a mais ampla gama da sensibilidade humana” (FURTADO, 1978, p.174).

Embora para o autor a cultura não se resuma de maneira alguma à arte, esta pode ser considerada um importante instrumento de desalienação da criatividade, favorecendo a sua expansão para as demais esferas do sistema de cultura. Nas palavras de Augusto Boal, “arte e estética são instrumentos de libertação” (BOAL, 2009, p.19), capazes de retirar os indivíduos da mera condição de expectadores para o exercício criativo de todas as formas de pensamento sensível e, portanto, para a produção de sua própria cultura em sentido amplo.

A compreensão que Furtado traz da ideia de cultura não se restringe à sua dimensão artística, tampouco “se trata de adotar uma visão antropológica e submergir no conceito de que cultural é tudo aquilo que resulta da ação do homem sobre a natureza” (FURTADO, 2012d, p.94). Cultura seria “a dimensão qualitativa de tudo o que cria o homem”, sendo constituída, portanto, por todas as “coisas impregnadas de significação” (FURTADO, 2012b, p.51).

Sendo assim, a dimensão cultural do **cotidiano** seria a mais significativa em termos de política cultural, em negação a visão tradicional da cultura como simples enriquecimento do lazer, uma vez que esta visão é “profundamente antidemocrática, pois nada é mais desigualmente distribuído na nossa sociedade do que o tempo de lazer” (FURTADO, 2012e,

p.104)¹⁷². O cotidiano importa uma vez que o homem não pode ser visto como simples força de trabalho, estando as suas necessidades especificamente humanas presentes em todos os momentos de sua vida. Na visão do autor, “o resgate das expressões populares que constituam aspectos relevantes do cotidiano, oriundos de segmentos sociais minoritários ou marginalizados, impõe-se como decisivo para que possamos ter uma clara percepção de nossa identidade” (FURTADO, 2012c, p.90). Essa visão da política cultural importa para que a atividade cultural brote da própria sociedade, para que se manifeste o seu gênio criativo (FURTADO, 2012f, p.64).

Furtado (1984) alerta para o fato de que “um maior acesso a bens culturais melhora a qualidade de vida dos membros de uma coletividade. Mas, se fomentado indiscriminadamente, pode frustrar formas de criatividade e descaracterizar a cultura de um povo” (FURTADO, 1984, p.32). Fica claro, desse modo, como o pensamento de Furtado sobre cultura – e conseqüentemente sobre política cultural – não passa pela simples defesa da produção cultural como uma produção meritória, mas sim pela compreensão da sua intrínseca relação com as forças propulsoras de um “verdadeiro desenvolvimento”, que não se deixa levar pelo automatismo do processo de acumulação, mas que visa os fins em si mesmos, a construção de valores e a reformulação da estrutura social.

Diante da argumentação do autor, cabe refletir sobre o papel da política cultural atualmente. Como discutido anteriormente, a esta, cada vez mais, vem sendo atribuída a função de promotora do desenvolvimento. A visão de Furtado, contudo, embora não negue e inclusive ressalte a relação entre desenvolvimento e cultura, não representa essa visão corrente. Uma vez que a dimensão cultural e, sobretudo, a criatividade, deve ser entendida em vários âmbitos, as políticas de desenvolvimento devem corresponder a esses vários âmbitos. À pasta da cultura – encarada como um desdobramento da política social, e não o contrário – caberia, especialmente, o fomento à criatividade em sua dimensão mais ampla do sistema de valores e ideias que se refletem nas esferas filosófica, religiosa, artística e científica. O fato dos setores criativos abarcarem uma variedade ampla de setores, em certo sentido, pode desviar o foco da cultura e da prática cultural (ISAR, 2008, p.84).

¹⁷²Dados atuais de pesquisa realizada pela Fundação Perseu Abramo e SESC demonstram que, mesmo no tempo de lazer (de não trabalho) disponível, as pessoas não possuem o hábito de se dedicar a atividades culturais e recreativas seja por restrições de tempo, dinheiro ou permissão. Segundo site da Fundação Perseu Abramo. Disponível em: <<http://www.sesc.com.br/portal/site/publicosdecultura/inicio/>>. Acesso em jun. 2014.

Deve-se levar em conta o fato de, pelo menos no Brasil, o Ministério da Cultura ser um ministério enxuto, secundário na estrutura de poder nacional (BOLAÑO, 2012), que conta com recursos extremamente escassos – tendo sofrido redução nos últimos anos chegando a representar somente 0,11% do orçamento da União em 2014 (CARVALHO, 2014, p.134) – que têm sido redirecionados em favor de aspectos mais “comerciais” das artes e da cultura, em detrimento de iniciativas que realmente precisam de fomento do Estado (CORAZZA, 2013; SEMENSATO, 2013).

Também é preciso tratar com cautela a busca de soluções para problemas sociais e econômicos através da arte e cultura – como nos tão citados casos de “tecnologia social aplicadas à cultura” – nos termos do secretário Marcos André Carvalho (CARVALHO, 2014, p.135) – como o AfroReggae, Nós no Morro, Observatório de Favelas e, por que não, os pontos de cultura. Não seria demais, como coloca Semensato (2013), encarregar ao campo da cultura a solução de problemas que caberiam à economia e à política, obscurecidos por uma “roupagem cultural”? Não seria mais coerente entender o valor de tais projetos pelo que eles significam em termos de produção cultural em si?

Não significa, contudo, que Furtado ignora a importância de se conhecer a fundo o comportamento econômico da cultura e suas possibilidades, como o fez ao encomendar à Fundação João Pinheiro estudo sobre o tema no período em que fora ministro da cultura – embora reconhecendo que conceitos como o de produtividade dificilmente se aplicam às artes (CALABRE, 2011, PSEC). Contudo, como bem expressam Souza e Miguez (2007),

É o caso, aqui, da recusa em adotar-se uma visão meramente instrumental da relação entre cultura e desenvolvimento, que tende a reforçar e a proteger os interesses dos agentes culturais já estabelecidos, na perspectiva do acionamento das oportunidades que se abrem quanto à expansão do espaço de criação e de circulação de manifestações culturais, com evidentes ganhos econômicos mas, também, com ganhos propriamente culturais, com a produção e a circulação ampliadas de repertórios simbólicos capazes de oferecer alternativas às produções simbólicas dominantes, incluindo-se aí diferentes modelos de desenvolvimento (SOUZA; MIGUEZ, 2007).

Resta destacar a importância do papel do Estado no apoio às atividades economicamente não rentáveis (SOLANAS, 2008, p.172), assumindo que uma série de atividades culturais relevantes não cabe na classificação da economia criativa, nem possuem apelo de mercado (ALBUQUERQUE NETO, 2014). Sobre este aspecto, Lotta (2008) ressalta que

[...] quando pensamos naquelas formas de manifestação ligadas às tradições, ao simbólico e ao sagrado, a exemplo, no Brasil, do cavalo-marinho, maracatu rural, tambor de mina, entre tantos outros, vemos um processo perverso no país que obriga

esses grupos a se adaptarem a palcos e mercado para continuarem a existir – quando, na verdade, sua própria razão de ser não está ligada a apresentações, público e palco. O mesmo podemos ver com rituais indígenas que são, por vezes, adaptados para virarem simples apresentações para o público que visita as aldeias – e não dá para deixar de associar isso à visita a um zoológico (LOTTA, 2008).

O exemplo do que aconteceu, em Pernambuco, com o Maracatu de Baque Solto¹⁷³ (Maracatu Rural) no início de 2014 ilustra claramente o argumento de Lotta (2008). O fato ganhou visibilidade pelo envolvimento do cantor Siba, que também é mestre de Maracatu. Os grupos de Maracatu da Zona da Mata do estado vinham sofrendo com a restrição dos horários de suas sambadas¹⁷⁴, tradicionalmente encerradas por volta das 5hs da manhã, obrigadas pelos governos locais então a terminar às 2hs da madrugada, o que ameaçava a manutenção de sua tradição, uma vez que há um significado simbólico em amanhecer na sambada. Ao mesmo tempo, o Maracatu é recorrentemente solicitado como espetáculo pelos veículos midiáticos e como atração turística, sobretudo no carnaval do Recife, quando é visto como ícone da identidade pernambucana em um processo de espetacularização de um ritual até então vivido por trabalhadores da cana-de-açúcar e de apropriação estética por parte dos governos locais e estadual (AVELLAR, 2014; CHAVES, 2011; HEROLD, 2014 a, b; NASCIMENTO, 2014; NAZARÉ DA MATA, 2014).

A permanência dessas culturas tradicionais precisa ser garantida sem que precisem se submeter a uma adaptação comercial ao gosto dos “consumidores culturais”, sem por em risco seus simbolismos, seu aspecto sagrado (LOTTA 2008), sem que se convertam tradições estéticas em espetáculos oficiais em um efeito de “museificação” da cultura (UNESCO, 2013, p.28), sem subverter a sua lógica de produção e as instituições que permitem sua reprodução e circulação (SOUZA *et al.*, 2008), sem transformar criadores em “provedores de conteúdo” (BAYARDO, 2013).

Em síntese, ao canalizar a criatividade a favor dos **fins**, a partir da “faculdade que possui uma comunidade humana de ordenar o processo acumulativo em função de prioridades por ela mesma definidas” (FURTADO, 1984, p.108), através dos valores que constituem a sua identidade cultural e do respeito às práticas culturais cotidianas, o processo endógeno de

¹⁷³“O Maracatu Rural ou Maracatu de Baque Solto como também é conhecido, surge na Zona da Mata Norte de Pernambuco, produto da miscigenação Afro-indígena e do hibridismo de vários folguedos daquela região. A partir de 1930 essa manifestação cultural passa a tomar as ruas do Recife, trazendo em sua memória os elementos da vida rural e ressignificando-os na grande cidade. Em suas apresentações simbolizam um misto de rituais sagrados e profanos” (SENA; STORNI, 2010).

¹⁷⁴ Sambadas são festejos de Maracatu que ocorrem durante o ano como parte do preparo para o Carnaval.

desenvolvimento seria capaz de superar a heterogeneidade social através da mudança da estrutura produtiva impulsionada pela ação política deliberada, passando pelas mudanças institucionais necessárias e pela conciliação e coordenação dos interesses dos distintos grupos envolvidos.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Historicamente, a economia criativa e seus variantes surgem como um discurso no âmbito das políticas econômicas e culturais a partir das últimas duas décadas. Uma vez que se reconhece que cresce a demanda por bens culturais, por lazer e “estilo de vida” – com o crescimento da renda e dos padrões de consumo –, que a cultura fornece conteúdo para o desenvolvimento das TICs e para o processo de inovação como um todo e que gera empregos (THROSBY, 2001), a definição de indústrias criativas, capazes de conciliar sentidos a princípio contraditórios de arte, cultura e indústrias, visando à geração de riquezas, desponta como uma possibilidade a ser explorada.

Seu potencial econômico atraente é garantido pelo amplo sentido que o termo “criatividade” pode assumir. Sua aplicação prática, em forma de políticas, se dá, sobretudo, no meio urbano, pela necessidade de aglomeração e pela sua funcionalidade em lidar com problemas relacionados à degradação de espaços públicos, desemprego, aumento da competitividade entre as cidades – e a respectiva necessidade de *marketing* urbano para atrair investimentos, visitantes, profissionais qualificados, etc., disto derivando os conceitos de *clusters/cidades* criativas. Seus principais agentes seriam os membros da classe criativa, definida pelo seu talento “intelectual” ou “criativo” e por uma sociabilidade específica.

A princípio este poderia ser um resumo do que significa falar em economia criativa. Este debate, no entanto, tem superado cada vez mais os das indústrias criativas e dos problemas urbanos e sendo tratado como uma nova realidade para qual toda a produção capitalista estaria se voltando nos últimos anos, envolvendo, portanto, a economia como um todo e, mais que isso, “cada aspecto de nossas vidas” (NEWBIGIN, 2010, p.17). Deste ponto de vista, é possível falar de uma “novíssima economia” – que já supera a então moldada pela “sociedade da informação” – em que a criatividade e o conhecimento são apresentados como os principais insumos – superando matérias primas como o petróleo – bem como os principais produtos. As indústrias criativas seriam, portanto, um modelo adaptativo de sobrevivência e prosperidade no atual contexto, para os demais segmentos, forçados, pelo aumento da concorrência e pela volatilidade das novas tecnologias, a inovar na forma de fazer negócios e a proteger sua produção por meio de direitos de propriedade intelectual.

Falar em economia criativa é, neste caso, uma forma de conciliar os avanços informacionais com a já mencionada culturalização da economia, ao estabelecer a criatividade como o motor

de uma mudança econômica e social (HARTLEY, 2005). A propriedade intelectual, cada vez mais cabível a todas as áreas produtivas, é tida como a medida de valor desse sistema (HOWKINS, 2002). Howkins (2002) afirma ser a economia criativa a forma econômica dominante no século XXI, apelando inclusive ao argumento de que esta seria a tendência condizente com a evolução humana, física e social, em direção ao crescimento pessoal e exploração intelectual.

Para Hartley (2005), a economia criativa faz parte de uma evolução linear que passa pela construção de infraestruturas de informação – justificando o termo Sociedade da Informação – , pela conexão em rede dessas infraestruturas, pela explosão de conteúdos por meio dessas redes e, finalmente, pela crescente importância atribuída à criatividade humana nos processos socioeconômicos. Segundo o autor, este processo representa uma reinvenção do mercado, com a reconfiguração da relação produtor-consumidor. A economia criativa seria, portanto, “uma estratégia geral de se repensar a economia global e, neste sentido, vista aqui como agente do processo de reestruturação e revitalização do capitalismo após a crise do paradigma fordista da década de 1970”, ou seja, “um dos principais agentes da reestruturação contemporânea do capital” (PIRES, 2009, p.221 e 215).

Nestes termos, Hartley (2008) acredita que a própria ideia de indústria criativa evoluiu. Seu sentido inicial, tal como formulado pelo DCMS, foca a atenção na ideia de indústria propriamente. Esta definição enfrentou alguns problemas – de escala (de pequenos produtores a grandes conglomerados globais), de coerência (em relação aos pontos de união entre as diferentes indústrias criativas), de escopo (em relação ao que deveria ou não ser incluído), dificuldades de mensuração do impacto econômico e a não consideração do papel dos consumidores, usuários e produtores não comerciais.

Uma segunda fase teria expandido, então, a atenção para a economia como um todo, identificando a extensão na qual insumos criativos adicionam valor econômico em indefinidos setores industriais ou de serviços – entre eles governo, saúde, educação, turismo, serviços financeiros, etc. É neste sentido que se diz que empresas como Nike e Coca-Cola não gerenciam fábricas, mas narrativas baseadas em uma linguagem intuitiva e estética (RAMANATHAN, 2008, p.203).

Finalmente, uma terceira fase representaria a extensão na qual a inovação, as mudanças e o crescimento podem ser atribuídos não a firmas simplesmente, mas também a uma rede relacionada de consumidores, usuários e cidadãos em uma forma de “tecnologia social” em que todos são agentes ativos, escapando das categorias econômicas tradicionais de uma cadeia fechada de valor controlada pela “indústria” (HARTLEY, 2008, p.11). A conexão entre o local e o global se daria, então, a partir desses relacionamentos, conhecimentos e ideias (HARTLEY, 2005, p.42).

Segue a mesma direção a visão de Florida (2002) ao identificar a conformação de uma era criativa (FLORIDA, 2002, p.67) e entender como tendência atual que cada vez mais funções econômicas se transformem em ocupações criativas, e que, portanto, a classe criativa em ascensão possuiria um papel de liderança fundamental para remodelar o mundo na sociedade do século XXI, a partir de novas formas de envolvimento cívico e ação coletiva – embora ainda não tenham a consciência de si mesmos enquanto classe (FLORIDA, 2002, p.315).

Diante deste cenário, falar em economia criativa como estratégia de desenvolvimento significa falar em um esforço de adaptação a um padrão que se impõe mundialmente e do qual não se poderia escapar e que, portanto, afeta países ricos e pobres, não só em seus processos de geração de riqueza e crescimento, como pela imposição de uma série de demandas socioeconômicas novas – como a necessidade de se conectar localmente à economia global – que seriam, porém, facilitadas pelas novas tecnologias e por uma dinâmica baseada no intangível – o que, em tese, significaria investimentos relativamente baixos (sustentados pela diversidade cultural) e fracas barreiras à entrada. Assim, a cadeia de geração de valor baseada na economia criativa seria um caminho para o desenvolvimento humano e sustentável e, especificamente nos países periféricos, para o *catch up*.

Se este é mesmo um novo paradigma, ainda pode ser cedo para avaliar seu destino, muito embora as críticas delineiam-se em paralelo, demonstrando como é favorável à reprodução de padrões de polarização de classe e à precariedade do trabalho; como favorece os grandes controladores da propriedade intelectual; como pode ser desfavorável à própria criatividade nos meios urbanos pela sua instrumentalização (seja em função do processo de gentrificação, seja pela padronização das fórmulas prontas a que recorre, violentando especificidades regionais); como representa um forte investimento em retórica e na aparência sem a

necessária correspondência com resultados reais e verdadeiramente novos; e como expande o processo de mercantilização ao conjunto das relações sociais (ROSS, 2007, p.20).

Há quem o identifique simplesmente como uma nova face do neoliberalismo, em favor dos principais centros de inovação do norte global (MILLER, 2007; HESMONDHALGH, 2008), inundado de especulação financeira, mistificação ideológica e obcecado pela aparência e pela tecnologia (como uma tendência da pós-modernidade), mas desconectado das verdadeiras necessidades e condições da criatividade real existente. Seja pelo foco nos mercados, no empreendedorismo e na propriedade intelectual – que, no fundo, traduz a busca por novas fontes de privilégios monopolistas –, pela legitimação do *marketing*, desregulamentação de instituições culturais e da mídia e pela captura da agenda urbana por interesses privados, ou ainda, pela desconsideração às desigualdades geradas (LOVINK; ROSSITER, 2007, p.12).

De fato, como reconhece o próprio Florida (2002), a ideia de que a tecnologia irá nos libertar ou de que a economia mundial se tornará uma grande Hollywood são mitos, assim como o é a ideia de que irão desaparecer as grandes corporações (FLORIDA, 2002, p.26-8). Do mesmo modo, Hartley (2005, p.47) reconhece que quando o conhecimento desempenha um papel significativo na economia, as diferenças entre ricos e pobres tendem a ser maiores. Tanto quanto lugares mais criativos tendem a ser os mais desiguais (FLEW, 2010). Como visto, na acumulação flexível (onde a flexibilidade é uma norma e não uma opção), os avanços permitidos pelas novas tecnologias convivem de perto com a desindustrialização, terceirização e elevação do desemprego, as condições de trabalho representam instabilidade e competição constante – que se estende para a vida como um todo – e a tendência de crise, inerente ao capitalismo, mantém-se inalterada (FERREIRA, 2007; HARVEY, 1992).

Para os países periféricos, portanto, esta, que é apresentada como a mais nova proposta em termos de política de promoção de desenvolvimento, pode não passar de “vinho velho e odres novos”, mantendo a dependência externa, um sistema produtivo dual e um modelo fordista periférico, uma vez que as condições iniciais entre o centro e a periferia continuam sendo desiguais e somente uma parte da população consegue ter acesso ao sistema produtivo global. Diante dos países centrais, que passam a se autodenominarem “criativos” e com isso expandindo seus lucros, os países periféricos mantêm-se como atrasados, sustentando velhos patamares de renda a partir dos novos produtos personalizados, “exóticos”, da comercialização de identidades e de novas atrações turísticas, ocultando, por trás de uma

superfície brilhante, sua miséria subjacente, o que favorece a despolitização do espaço social (SCOTT, 2008).

Não se pode negar, porém, que o risco envolvido em escolher ficar de fora desse processo adaptativo das economias periféricas em favor dos novos paradigmas que ditam as regras do capitalismo global é extremamente alto, uma vez que não há como escapar dos limites estruturais que nos vinculam ao conjunto da economia e da sociedade mundial, o que permite compreender que esta pode não ser uma opção viável (REIS, 2008b, p.48). A posição da OMPI, por exemplo, deixa claro que, para ter credibilidade no mercado internacional e ter acesso aos mercados, os setores criativos devem aderir aos instrumentos convencionais de proteção intelectual (UNCTAD, 2010, p.186), sob o risco de seus produtos serem, inclusive, patenteados por empresas em países ricos (KOVÁCS, 2008, p.110).

Nas palavras de César Bolaño (2011b),

Da retomada, a partir dos anos 80, da hegemonia dos Estados Unidos da América também no campo industrial – com a implantação, por exemplo, das infra-estruturas globais da informação, o avanço dos sistemas de propriedade intelectual, das biotecnologias, a privatização das telecomunicações, ou a globalização de Hollywood – decorre que, uma vez aceitos os novos parâmetros do jogo, o novo entorno cultural exigirá de cada participante, “inovação”, “criatividade” (BOLAÑO, 2011b).

Cabe, então, aos responsáveis pela reflexão acerca da economia criativa, em cada um destes países, tentar se aproveitar de possíveis brechas que permitam direcionar essa estratégia para objetivos condizentes com estas realidades. Contudo, o peso histórico que cada um dos termos “criativos”, por conta do contexto em que surgiram e dos objetivos a que se direcionam majoritariamente, não permite acreditar que seja possível destituí-los das críticas que a estes cabem, mesmo quando adaptados por uma reflexão que busque superar o seu viés puramente mercadológico, que instrumentaliza as relações sociais.

Não é possível entender melhor as limitações dessa proposta sem partir das próprias limitações impostas pelo conceito de desenvolvimento em que se baseia a sua análise. É preciso se perguntar, como alerta Ortiz (2008, p.127), “de que desenvolvimento está se falando?” e, identificadas as dificuldades deste conceito em lidar com a dimensão cultural – por exemplo, ao permitir subjugá-la à dimensão econômica – buscar alternativas em termos de novos significados para o desenvolvimento, capazes de superar, ainda que também com suas próprias limitações, estas dificuldades.

Fica a cargo da própria periferia a defesa de seus interesses, a superação de antigos erros e a definição destes novos significados e maneiras pelas quais será capaz de se apropriar do potencial de geração de riquezas produzidas por esta nova economia, de forma que esta apropriação represente realmente uma transformação de sua realidade social em todos os âmbitos. Cabe a ela a construção de diálogos (inclusive através das trocas culturais) em favor de uma relação multipolar descentralizada, de cooperação Sul-Sul, capaz de lidar com a heterogeneidade das economias periféricas, entre países e interna a cada um. E, ainda, a proposição de novas maneiras de lidar com a produção de conhecimento e com a produção simbólico-cultural, que supere as tradicionais políticas de propriedade intelectual individual, mas que seja capaz de proteger seus recursos naturais e culturais em favor de interesses sociais amplos (DAVIS, 2008; LEITÃO, 2014a, b; RAMANATHAN, 2008; REIS, 2008b; SOUZA *et al.*, 2008).

O Brasil, não só por sua importância econômica no cenário mundial como país emergente, mas, por abarcar realidades as mais diversas e, principalmente, por seus processos históricos e pelo pensamento crítico que estes processos permitiram emergir, possui um papel substancial neste sentido, não na formulação de fórmulas pré-moldadas, mas na proposição de racionalidades outras. É certo que o modelo atual serve a determinadas categorias da sociedade brasileira e que superar sua influência político-econômica a fim de propor um debate alternativo é uma tarefa árdua. Mas alternativas estão dadas pelo pensamento crítico como o de Furtado, “capaz de entender o caráter absolutamente vital da autonomia cultural para a superação dos males do subdesenvolvimento” (BOLAÑO, 2011b, p.12) e de propor uma construção política criativa em busca de projeto de desenvolvimento independente e soberano.

Furtado (1978) deixa claro que a criatividade é algo inerente a todos os seres humanos e se faz presente em diferentes esferas da vida em sociedade (econômica, política e cultural), devendo ser entendida e promovida em todos estes sentidos, afetando, sobretudo, o cotidiano das pessoas comuns – o que inclui uma série de manifestações culturais sem qualquer caráter econômico.

Não se trata de negar a necessidade de acesso a tecnologias modernas, mas de conduzi-las sem cair na armadilha do mimetismo. Não se trata ainda de isolar-se do resto do mundo, mas “assegurar um desenvolvimento que se traduza em enriquecimento da cultura em suas

múltiplas dimensões e permita contribuir com criatividade própria para a civilização que se mundializa” (FURTADO, 1984, p.124). É perceber, como sugere Cuche (2002, p.145), que uma cultura dominada não é necessariamente uma cultura alienada, mas sim uma cultura que, embora não possa desconsiderar a dependência existente, pode resistir em maior ou menor escala à imposição cultural dominante.

Assim, a construção do desenvolvimento como um processo criativo representa uma busca pela liberdade de enxergar o mundo e interagir com ele a partir do olhar e dos valores da própria cultura; de transformar continuamente esses valores em benefício da sociedade; de concentrar as energias individuais e coletivas na busca pelos fins substantivos; de construir uma civilização mais cooperativa e mais justa.

É justamente pelo seu potencial em restaurar a lógica dos fins que a cultura, por meio da liberação de suas forças criativas, é capaz de restaurar a liberdade humana ao recolocar esta lógica em diferentes frentes de resistência à lógica opressiva imposta pela civilização industrial, que nos países periféricos é reforçada pela dependência cultural. O ideal seria “instilar uma nova lógica dos fins no processo de acumulação: de resgatar a criatividade da tutela que sobre ela exerce atualmente a racionalidade instrumental” (FURTADO, 1978, p.124). Diante desse objetivo maior, a luta contra a dependência torna-se somente um aspecto de uma questão muito mais ampla que envolve esta resignificação do sentido de desenvolvimento, tanto pela periferia quanto pelo próprio centro.

A ambivalência presente na noção de cultura e a sua possibilidade de fazer a ponte entre o presente – e o que nele está dado, as possibilidades que oferece - e o futuro – a partir de transformações ativas e criativas – a torna fundamental para uma compreensão propositiva da ideia de desenvolvimento, uma vez que “o ato criativo é tanto ruptura como processo que se alimenta da herança cultural, a qual é captada no seu recorte histórico regional, em suas relações com o ecossistema e levando na devida conta a estrutura social em que emerge” (FURTADO, 2012e, p.103).

Nas palavras de Bauman (2012):

O trabalho da cultura não consiste tanto em sua autopropetuação quanto em garantir as condições para futuras experimentações e mudanças. Ou melhor, a cultura se “autopropetua” na medida em que não o padrão, mas o impulso de modificá-lo, de

alterá-lo e substituí-lo por outro padrão continua viável e potente com o passar do tempo (BAUMAN, 2012, p.28).

Para autores como Yúdice (2007), a economia criativa, superando seu sentido meramente industrial, incluiria todas as atividades capazes de contribuir “com o desenvolvimento da sociedade mediante a participação, a reprodução das identidades, a memória e a criação de inovações para solucionar problemas” (YÚDICE, 2007, p.6). O que teria a ver com o papel da criatividade na economia, quando se entende por economia a administração, organização e distribuição (nomos) da “casa coletiva” (oikos) que é a sociedade.

Deste modo, inserido em um “pacote” entendido como economia criativa encontram-se mídias alternativas; movimentos sociais; redes de solidariedade, cooperação e financiamento colaborativo (YÚDICE, 2006, p.57); uma autonomia relativa do trabalho intelectual movido por critérios que independem da lógica do mercado (BOLAÑO, 2002a; HESMONDHALGH, 2008); rotas de comunicação mais democráticas e menos intermediadas proporcionadas pela internet; movimento de código aberto e *softwares* livres (LIMA; SANTINI, 2008); a arte amadora e uma cena *off* que rompe com a visão administrativa sobre a cultura e se constitui também enquanto projeto social e político alternativo (VIVANT, 2012); bem como visões alternativas sobre a propriedade intelectual (*creative commons*, criatividade em colaboração, *copyleft*) (LIMA; SANTINI, 2008; PIRES, 2009; UNCTAD, 2010).

Trata-se, portanto, de encontrar os caminhos de liberação do real potencial da criatividade humana, superando relações de produção alienadas e a legitimação da desigualdade social, (BOLAÑO, 2002a; VAITSMAN, 1995), aceitando e tornando possíveis iniciativas que ultrapassem os interesses de planejadores, gestores, firmas, etc. (VIVANT, 2012, p.87).

REFERÊNCIAS

ACEMOGLU, Daron; ROBINSON, James. **Por que as nações fracassam**: as origens do poder, da prosperidade e da pobreza. Rio de Janeiro: Elsevier Brasil, 2012.

ADORNO, Theodor. Culture industry reconsidered. In: BERNSTEIN, Jay (Ed.). **The culture industry**: selected essays on mass culture. London, New York: Routledge, 2001, p.98-106. Texto originalmente publicado em 1975.

ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. A indústria cultural: o esclarecimento como mistificação das massas. In: ADORNO, Theodor; HORKHEIMER, Max. **Dialética do esclarecimento**: fragmentos filosóficos. [1947]. p. 57-79. Disponível em: <http://www.nre.seed.pr.gov.br/umuarama/arquivos/File/educ_esp/fil_dialetica_esclarec.pdf> . Acesso em: setembro, 2014.

AGARWALA, Amar.; SINGH, Sampt. (Org.). **A economia do subdesenvolvimento**. 2 ed. Rio de Janeiro: Contraponto: Centro Internacional Celso Furtado, 2010.

AGRELA, Lucas. Marta Suplicy anuncia concurso artístico e digital e diz que ‘game é cultura’. **Exame INFO**, 27 jan. 2014. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/noticias/mercado/2014/01/marta-suplicy-anuncia-concurso-artistico-e-digital-e-diz-que-game-e-cultura.shtml>>. Acesso em: 19 jan. 2015.

ALBUQUERQUE NETO, Francisco. O que fez do porto digital um dos maiores cases de economia criativa do país. In: NOVAS direções na formulação de políticas para a economia criativa. London, Belo Horizonte: The British Council, 2014. p. 140-149. Edição bilíngue. Entrevista concedida a Lídia Goldenstein.

ALMEIDA, Ana Elisa. **Cultura e sustentabilidade**: um estudo do Plano da Secretaria de Economia Criativa. 2012. 41f. Monografia (Graduação) – Escola de Comunicação e Artes, Universidade de São Paulo, 2012.

ALVES, Elder. A economia criativa no Brasil: modernização cultural, criação e mercado. **Latitude**, Maceió, v. 06, n. 02, p. 11-47, 2012.

ALVES, Elder. Economia criativa, negócios culturais e gestão financeira: o BNDES e a integração do mercado audiovisual brasileiro. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE POLÍTICAS CULTURAIS, 4, 2013, Rio de Janeiro. **Comunicações...** Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2013. Disponível em: <<http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2013/11/Elder-Patrick-Maia-Alves.pdf>>. Acesso em: 08 fev. 2015.

ALVES, Elder; SOUZA, Carlos. A economia criativa no Brasil: o capitalismo cultural brasileiro contemporâneo. **Latitude**, Maceió v. 06, n. 02, p. 119-173, 2012.

AMARAL FILHO, Jair do. Cultura, criatividade e desenvolvimento. **Políticas Culturais em Revista**, Salvador, v. 2, n. 1, p. 4-19, 2009.

ARANTES, Otília. Cultura da cidade: animação sem frase. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional: Cidadania**, [Rio de Janeiro], n.24, p. 229-241, 1996.

ARAUJO, Tania. Indústrias tradicionais e as criativas no Nordeste do século XXI. In: BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria de Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações**. 2011-2014. 2 ed. rev. Brasília: Ministério da Cultura, 2011. p. 112-113.

ARRUDA, Maria. A política cultural: regulação estatal e mecenato privado. **Tempo social**, São Paulo, v. 15, n. 02, p. 177-193, nov. 2003.

ASKERUD, Pernille. As indústrias criativas: perspectivas da região da Ásia-Pacífico. In: REIS, Ana Carla (Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. p. 243-257.

ASSMANN, Hugo. A metamorfose do aprender na sociedade da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 29, n. 2, p. 7-15, maio/ago. 2000.

ASSOCIAÇÃO COMERCIAL, INDUSTRIAL E CULTURAL DOS JOGOS ELETRÔNICOS DO BRASIL (ACIGAMES). **Vamos incluir os games no Vale-Cultura, ministra Marta Suplicy?**. 2013. Disponível em: <<https://www.change.org/p/vamos-incluir-os-games-no-vale-cultura-ministra-marta-suplicy>>. Acesso em: 18 jan. 2015.

AUSTRALIA. **Creative nation: commonwealth cultural policy**. Sidney: National Library of Australia, 1994.

AVELLAR, Maria. **Aula de Maracatu com Siba**. 13 mar. 2014. Disponível em: <<http://www.noize.com.br/siba-maracatu-mestre-ambrosio-politica-avante/>>. Acesso em: 18 jan. 2015.

AYRES, Andréia. Contribuições de Celso Furtado para reflexões sobre desenvolvimento endógeno e políticas culturais enraizadas. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE POLÍTICAS CULTURAIS, 3, 2012, Rio de Janeiro. **Comunicações...** Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2012. Disponível em: <<http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2012/09/Andr%C3%A9ia-Ribeiro-Ayres.pdf>>. Acesso em: 09 jan. 2015.

BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL (BNDES). **BNDES renova Programa para o Desenvolvimento da Economia da Cultura com orçamento de R\$ 2 bilhões**. 24 out. 2013. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/bndes/bndes_pt/Institucional/Sala_de_Imprensa/Noticias/2013/cultura/20131024_procult.html>. Acesso em: 08 jan. 2015

BARBALHO, Alexandre. Políticas culturais no Brasil: identidade e diversidade sem diferença. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 3, 2007, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2007. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/>>. Acesso em: 15 abr. 2013.

BASTIAN, Winnie. As luminárias da coleção Yawanawá. **Casa Vogue**, 02 abr. 2013. Disponível em: <<http://casavogue.globo.com/MostrasExpos/noticia/2013/04/colecao-yawanawa-de-marcelo-rosenbaum.html>>. Acesso em: 19 jan. 2015.

BASTOS, Carlos; BRITTO, Gustavo. Introdução. In: AGARWALA, A.; SINGH, S. (Org.). **A economia do subdesenvolvimento**. 2 ed. Rio de Janeiro: Contraponto: Centro Internacional Celso Furtado, 2010. p. 7-41.

BASTOS, Carlos; SALLES, Ernesto. Adeus capitalismo dependente. Olá neo-primário exportador? **Estudos Internacionais**: revista de relações internacionais da PUC Minas, Belo Horizonte, v. 1, n. 2, p. 241-270, 2013.

BAUMAN, Zygmunt. **Ensaaios sobre o conceito de cultura**. Rio de Janeiro: Editora Zahar, 2012.

BAUMOL, William; BOWEN, William. **Performing arts: the economic dilemma**. New York: Twentieth Century Fund, 1966.

BAVA, Silvio. Desenvolvimento Local: uma alternativa para a crise social? **São Paulo em Perspectiva**, São Paulo, v. 10, n. 3, p. 53-59, jul./set. 1996.

BAYARDO, Rubens. Indústrias criativas e políticas culturais: perspectivas a partir do caso de Buenos Aires. In: CALABRE, Lia (Org.). **Políticas culturais**: informações, territórios e economia criativa. São Paulo: Itaú Cultural; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2013.

BENDASSOLLI, Pedro; WOOD JUNIOR, Thomaz; KIRSCHBAUM, Charles; CUNHA, Miguel. Indústrias criativas: definição, limites e possibilidades. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v. 49, n.1, p.10-18, jan./mar 2009.

BENHAMOU, François. **A economia da cultura**. Cotia: Ateliê Editorial, 2007.

BEZERRA, Fabiana; CHACON, Suely; GONÇANLVES, Jaqueline; BARRETO, Polliana. A economia criativa como estratégia para desenvolvimento sustentável. In: COLÓQUIO SOCIEDADE, POLÍTICAS PÚBLICAS, CULTURA E DESENVOLVIMENTO, 2, 2012, Cariri. **Anais eletrônicos....** Cariri: URCA, 2012. Disponível em: <http://www.urca.br/coloquioeconomia/IIcoloquio/anais/trab_econ_criat_ter/1.pdf>. Acesso em: 19 jan. 2015.

BLAUG, Mark (Org.). **The economics of the arts**. Los Angeles: Gregg Revivals, 1976.

BLAUG, Mark. Where are we now on cultural economics? **Journal of Economic Surveys**, Hoboken, v.15, n.2, p. 123-143, apr. 2001.

BOAL, Augusto. **A estética do oprimido**. Rio de Janeiro: Garamond, 2009.

BOIANOVSKY, Mauro. A View from the Tropics: Celso Furtado and the theory of Economic Development in the 1950s. **History of Political Economy**, Durham, v. 42, n.2, p. 221-266, 2010.

BOIX, Rafael; LAZZERETTI, Luciana; CAPONE, Francesco; DE PROPRIIS, Lisa; SÁNCHEZ, Daniel. The geography of creative industries in Europe: comparing France, Great Britain, Italy e Spain. In: LAZZERETTI, Luciana (Ed.). **Creative industries and innovation**

in Europe: concepts, measures and comparative case studies. Abingdon: Routledge, 2012. p. 23-44.

BOLAÑO, César. **O império contra-ataca**. Aracaju: EPTIC, 2002a. (Texto para discussão, 3). Disponível em: <<http://www.eptic.com.br/arquivos/Publicacoes/textos%20para%20discussao/textdisc3.pdf>>. Acesso em: setembro, 2014.

BOLAÑO, César. Trabalho intelectual, comunicação e capitalismo: a reconfiguração do fator subjetivo na atual reestruturação produtiva. **Revista da Sociedade Brasileira de Economia Política**, Rio de Janeiro, n.11, p.53-78, 2002b.

BOLAÑO, César. Economia política da comunicação e da cultura: breve genealogia do campo e das taxonomias das indústrias culturais. In: BOLAÑO, César; GOLIN, Cida; BRITTO, Valério (Org.). Economia da arte e da cultura. São Paulo: Itaú Cultural, 2010. p.33-50.

BOLAÑO, César. Economia política, indústrias criativas e pensamento brasileiro. In: BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria de Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações**. 2011-2014. 2 ed. rev. Brasília: Ministério da Cultura, 2011a. p. 85-86

BOLAÑO, César. Indústrias criativas e os conceitos de cultura, inovação e criatividade em Celso Furtado. **Políticas Culturais em Revista**, Salvador, v. 4, n. 2, p. 3-14, 2011b.

BOLAÑO, César. Industria y creatividad: una perspectiva latino-americana. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación**. v. 14, n.1, ene./abr. 2012.

BORGES, Julio. Competitividade criativa. **GV-Executivo**, São Paulo, v. 04, n. 03, p. 86-90, ago./out. 2005.

BORJA, Bruno. Cultura e desenvolvimento no pensamento de Celso Furtado. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 5, 2009, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2009. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/>>. Acesso em: 15 abr. 2013.

BOTELHO, Isaura. Dimensões da cultura e políticas públicas. **São Paulo em perspectiva**, São Paulo, v. 15, n. 02, p. 73-83, abr./jun. 2001.

BOTELHO, Isaura. A política cultural e o plano das ideias. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 3, 2007, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2007a. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/>>. Acesso em: 15 abr. 2013.

BOTELHO, Isaura. Políticas culturais: discutindo pressupostos. In: NUSSBAUMER, Gisele (Org.). **Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, 2007b. p. 171-180.

BOTELHO, Isaura. Criatividade em pauta: alguns elementos para reflexão. In: BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria de Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações**. 2011-2014. 2 ed. rev. Brasília: Ministério da Cultura, 2011. p. 87-92.

BOURDIEU, Pierre. **A distinção**: crítica social do julgamento. Porto Alegre: Zouk, 2007.

BRASIL. Lei nº 12.343 de 2 de dezembro de 2010. Institui o Plano Nacional de Cultura – PNC, cria o Sistema Nacional de Informações e Indicadores Culturais – SNIC e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Poder Legislativo, Brasília, 03 dez. 2010. Seção 1. p. 01.

BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria de Economia Criativa**: políticas, diretrizes e ações. 2011-2014. 2 ed. rev. Brasília: Ministério da Cultura, 2011.

BRASIL. Lei nº 12.761 de 27 de dezembro de 2012. Institui o Programa de Cultura do Trabalhador, cria o vale-cultura e dá outras providências. **Diário oficial da União**, Poder Legislativo, Brasília, 27 dez. 2012. Seção 1. p. 01. Edição Extra.

BRASIL. Ministério da Cultura. **As metas do Plano Nacional de Cultura**. 3 ed. Brasília: Ministério da Cultura, 2013a.

BRASIL. Ministério da Cultura. Secretaria da Economia Criativa. **Relatório de gestão – 2011/2012**. Brasília: Ministério da Cultura, 2013b.

BRASIL. Lei nº 13.018 de 22 de julho de 2014. Institui o Plano Nacional de Cultura Viva e dá outras providências. **Diário Oficial da União**, Poder Legislativo, Brasília, 23 jul. 2014. Seção 1. p. 1.

BRINKLEY, Ian. **Defining the knowledge economy**: knowledge economy programme report. London: The Work Foundation, 2006.

BURITY, Joanildo. Cultura e desenvolvimento. In: NUSSBAUMER, Gisele (Org.). **Teorias e políticas da cultura**: visões multidisciplinares. Salvador: EDUFBA, 2007. p. 51-66.

CABRAL, Graça. Melhores práticas: desenvolvimento setorial. In: REIS, Ana Carla; DEHEINZELIN, Lala (Org.). **Cadernos de economia criativa**: economia criativa e desenvolvimento local. Vitória: SEBRAE/ES: Secult/ES, 2008. p. 157-166.

CAIADO, Aurílio. **Economia criativa**: economia criativa na cidade de São Paulo: diagnóstico e potencialidade. São Paulo: FUNDAP, 2011.

CALABRE, Lia. Política cultural no Brasil: um histórico. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 1, 2005, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2005. Disponível em: < <http://www.cult.ufba.br/>>. Acesso em: 15 abr. 2013.

CALABRE, Lia. Intelectuais e política cultural: o Conselho Federal de Cultura. In: COLÓQUIO INTELLECTUAIS, CULTURA E POLÍTICA NO MUNDO IBERO-AMERICANO, 2006, Rio de Janeiro. **Atas...** Rio de Janeiro: UFF, 2006. Disponível em: <http://www.casaruiarbosa.gov.br/dados/DOC/artigos/aj/FCRB_LiaCalabre_Intelectuais_e_PoliticaCultural.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2015.

CALABRE, Lia. A problemática do desenvolvimento dentro do campo de construção de políticas culturais. In: BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria de Economia**

Criativa: políticas, diretrizes e ações. 2011-2014. 2 ed. rev. Brasília: Ministério da Cultura, 2011. p. 97-101.

CANCLINI, Nestor. **Culturas híbridas:** estratégias para entrar e sair da modernidade. São Paulo: EDUSP, 2000.

CARDOSO, Viviane; GOLDENSTEIN, Marcelo; MENDES, Eduardo; GORGULHO, Luciane. A preservação do patrimônio cultural como âncora do desenvolvimento econômico. **BNDES setorial**, n. 34, p. 351-388, set. 2011.

CARVALHO, Marcos. Ações da secretaria de economia criativa. In: NOVAS direções na formulação de políticas para a economia criativa. London, Belo Horizonte: The British Council, 2014. p.132-139. Edição bilíngue. Entrevista concedida a Lídia Goldenstein.

CASTELLS, Manuel. Conclusão: depreendendo nosso mundo. In: CASTELLS, Manuel. **A era da Informação:** economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e terra, 1999, p. 411-439. v. 3

CASTRO, Lavínia. Dividir a economia em dois blocos para uma reflexão macroeconômica. In: NOVAS direções na formulação de políticas para a economia criativa. London, Belo Horizonte: The British Council, 2014. p. 113-118. Edição bilíngue.

CASTRO, Oona. Open businesse outros modelos inovadores. In: REIS, Ana Carla; DEHEINZELIN, Lala (Org.). **Cadernos de economia criativa:** economia criativa e desenvolvimento local. Vitória: SEBRAE/ES: Secult/ES, 2008. p. 117-127.

CATRACA LIVRE. **Virada da Economia Criativa na Vila Madalena traz produtos a preços acessíveis**, 15 dez. 2014. Disponível em: <<https://economize.catracalivre.com.br/faca-voce-mesmo/virada-da-economia-criativa-na-vila-madalena/>>. Acesso em: 18 jan. 2015.

CAVES, Richard. **Creative industries:** contracts between art and commerce. Cambridge, London: Harvard University Press, 2000.

CHAVES, Suiá. Carnaval em Terras de Caboclo: saber e “Cultura” no Maracatu de Baque Solto. **Enfoques**, Rio de Janeiro, v. 10, n. 01, p. 91-114, maio 2011.

CHENGYU, Xiong. Tendências atuais da indústria cultural chinesa: introdução e reflexão. In: REIS, Ana Carla (Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento:** uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. p. 218-233.

CHILE. Conselho Nacional da Cultura e das Artes. **Os estados da cultura:** estudo sobre a institucionalização cultural pública nos países membros do SICSUR. Santiago: Publicaciones Cultura, 2012.

COCCO, Giuseppe; VILARIM, Gil. O capitalismo cognitivo em debate. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v.5, n.2, p. 148-151, set. 2009.

COELHO, Teixeira. **Dicionário crítico de política cultural:** cultura e imaginário. São Paulo: Iluminuras, 1997.

CONSELHO INTERNACIONAL DE MONUMENTOS E SÍTIOS (ICOMOS). **Declaração do México**. 1985. Disponível em: <<http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=255>>. Acesso em: 16 fev. 2014.

COOKE, Philip; SCHWARTZ, Dafna. **Creative regions: technology, culture and knowledge entrepreneurship**. London: Routledge, 2007.

CORAZZA, Rosana. Criatividade, inovação e economia da cultura: abordagens multidisciplinares e ferramentas analíticas. **Revista Brasileira de Inovação**, Campinas, v. 12, n. 1, p. 207-231, jan./jun. 2013.

COSTA, Armando; SOUZA-SANTOS, Elson. Economia criativa: novas oportunidades baseadas no capital intelectual. **Economia & Tecnologia**, Curitiba, v. 7, n. 2, p. 179-186, abr/jun. 2011b.

COSTA, Pedro. The importance of gatekeeping processes and reputation building in the sustainability of creative milieus: evidence from case studies in Lisbon, Barcelona and São Paulo. In: LAZZERETTI, Luciana (Ed.). **Creative industries and innovation in Europe: concepts, measures and comparative case studies**. Abingdon: Routledge, 2012. p. 286-306.

COWEN, Tyler. Why everything has changed: the recent revolution in cultural economics. **Journal of Cultural Economics**, Cham v. 32, n. 4, p. 261-273, dec. 2008.

COY, Peter. The creative economy: which companies will thrive in the coming years? Those that value ideas above all else. **Businessweek online**, 28 ago. 2000. Disponível em: <<http://www.businessweek.com/stories/2000-08-27/the-creative-economy>>. Acesso em: 24 jan. 2015.

CUCHE, Denys. **A noção de cultura nas ciências sociais**. 2 ed. Bauru: Edusc, 2002.

CUNHA, Alexandre; BRITTO, Gustavo. **When development meets culture: the contribution of Celso Furtado**. Belo Horizonte: CEDEPLAR, 2011. (Texto de discussão, 429).

CUNHA, Alexandre; BRITTO, Gustavo. Development, collective creation and creativity: parallels between the works of François Perroux and Celso Furtado. In: ANNUAL CONFERENCE OF THE EUROPEAN SOCIETY FOR THE HISTORY OF ECONOMIC THOUGHT, 17, 2013, London. **Proceedings...** London: ESHET, 2013. Disponível em: <http://www.eshet.net/conference/paper_view.php?id=1146&p=38>. Acesso em: 25 jan. 2015.

CUNNINGHAM, Stuart. Creative enterprises. In: HARTLEY, John. (Org.). **Creative industries**. Carlton: Blackwell Publishing, 2005. p. 282-298.

D'OIDIO, Marianna; COSSU, Alberto. The broken promises of the cultural urban policies: creative activism in Milano, Italy. In: INTERNACIONAL CONFERENCE ON CULTURAL ECONOMICS, 18, 2014, Montreal. **Proceedings...** Montreal: ACEI, 2014. Disponível em: <https://editorialexpress.com/cgi-in/conference/download.cgi?db_name=ACEI2014&paper_id=183>. Acesso em: 25 jan. 2015.

DALLABRIDA, Valdir. Economia, cultura e desenvolvimento: uma primeira aproximação sobre as origens teóricas da abordagem do tema. **Revista Brasileira de Gestão e Desenvolvimento Regional**, Taubaté, v.7, n.2, p. 282-299, maio/ago. 2011.

DAVIS, Andrea. A economia criativa como estratégia para o crescimento e regeneração de riquezas na Jamaica e no Caribe. In: REIS, Ana Carla (Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itáu Cultural, 2008. p. 176-193.

DEHEINZELIN, Lala. Economia criativa e empreendedorismo cultural. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 2, 2006, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2006. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/>>. Acesso em: 15 abr. 2013.

DEHEINZELIN, Lala. Economia criativa, inovação e oportunidades. In: REIS, Ana Carla; DEHEINZELIN, Lala (Org.). **Cadernos de economia criativa**: economia criativa e desenvolvimento local. Vitória: SEBRAE/ES: Secult/ES, 2008. p. 37-49

DUARTE, Rodrigo. **Teoria crítica da indústria cultural**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2003.

DURÃO, Fábio. Um esquecimento e dois conceitos. **Constelaciones Revista de Teoria Crítica**, Madrir, n.3, p.118-129, 2011.

DUTRA, Roger; SILVA, Regina. As políticas públicas de cultura no governo Lula. In: CONGRESSO PORTUGUÊS DE SOCIOLOGIA, 7, 2012, Porto. **Atas...** Lisboa: APS, 2012. Disponível em: <http://www.aps.pt/vii_congresso/papers/finais/PAP0773_ed.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2015.

EAGLETON, Terry. **A ideia de cultura**. 2 ed. São Paulo: Editora Unesp, 2011.

EASTERLY, William. How the Millennium Development Goals are unfair to Africa. **World Development**, London, v. 37, n. 1, p. 26-35, 2009.

EDGREN, Gus. Aid is an unreliable joystick. **Development and Change**, Hoboken, v. 33, n. 2, p. 261-267, 2002.

EMMERIJ, Louis. Aid as a flight forward. **Development and change**, Hoboken, v. 33, n. 2, p. 247-259, 2002.

EUROPEAN COMMISSION. **Unlocking the potential of cultural and creative industries**. Brussels: European Commission, 2010. Green Paper. Disponível em: <<http://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=celex:52010DC0183>>. Acesso em 25 jan. 2015.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **Mapa do desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro**: 2006-2015. Rio de Janeiro, FRIJAN/DOC, 2006.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **A cadeia da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2008. (Estudos para o Desenvolvimento do Estado do Rio de Janeiro, n. 2, maio 2008).

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **A cadeia da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2011. (Nota técnica de Economia, Diretoria de Desenvolvimento Econômico, 10).

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO ESTADO DO RIO DE JANEIRO (FIRJAN). **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2012.

FEDERAÇÃO DO COMÉRCIO DO ESTADO DE SÃO PAULO (FECOMERCIO-SP). **Lançamento do índice de criatividade das cidades**. 2012. Apresentação de slides. Disponível em: <http://www.pmf.sc.gov.br/arquivos/arquivos/pdf/03_04_2012_17.43.59.94e7e758050da332c_cbf8f2329c4dcfb.pdf>. Acesso em: 18 jan. 2015.

FERIA, Ernesto. México: tecnologia e cultura para um desenvolvimento integral. In: REIS, Ana Carla (Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. p. 144-155.

FERNANDEZ, Rafael; SERRA, Neusa. Economia criativa e políticas públicas: uma contribuição ao debate. In: CONGRESSO INTERNACIONAL INTERDISCIPLINAR EM SOCIAIS E HUMANIDADES, 1, 2012, Niterói. **Anais...** Niterói: ANINTER-SH, 2012. Disponível em: <<http://www.aninter.com.br/ANAIS%20I%20CONITER/INDICE%20DE%20TRABALHOS.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2015.

FERREIRA, João. Globalização ideologia e planejamento urbano. In: FERREIRA, João; MARICATO, Ermínia; VILLAÇA, Flávio. **O mito da cidade-global: o papel da ideologia na produção do espaço urbano**. São Paulo: Vozes, 2007. p. 91-127.

FINGERL, Eduardo. Estudos e criação de metodologias voltadas para o intangível. In: ECONOMIA criativa: um caminho para o país através da moda e do design. São Paulo: IN-MOD, 2007. p. 22-23

FLEW, Terry. Beyond *ad hocery*: defining creative industries. In: INTERNACIONAL CONFERENCE ON CULTURAL POLICY, 2, 2002, Wellington. Wellington: ICCPR, 2002. Disponível em: <http://eprints.qut.edu.au/256/1/Flew_beyond.pdf>. Acesso em: 25 jan. 2015.

FLEW, Terry. Toward a cultural economic geography of creative industries and urban development: introduction to the special issue on creative industries and urban development. **The Information Society**, Bloomington, v. 26, n.2, p. 85-91, 2010.

FLEW, Terry; CUNNINGHAM, Stuart. Creative industries after the first decade of debate. **The Information Society**, Bloomington, v. 26, n. 2, p. 113-123, 2010.

FLORIDA, Richard. **The rise of the creative class**. New York: Basic Books, 2002.

FURTADO, Celso. **Dialética do desenvolvimento**. Rio de Janeiro: Ed. Fundo de Cultura, 1964.

FURTADO, Celso. **Criatividade e dependência na civilização industrial**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1978.

FURTADO, Celso. **Cultura e desenvolvimento em época de crise**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

FURTADO, Celso. Os ares do mundo. In: FURTADO, Celso. **Obra autobiográfica**. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1997. Tomo 3. Texto originalmente publicado em 1990

FURTADO, Celso. A ação do Ministério da Cultura. In: FURTADO, Rosa (Org.). **Ensaios sobre cultura e o ministério da cultura**. Rio de Janeiro: Contraponto: Centro Internacional Celso Furtado, 2012a. p. 75-85. (Arquivos Celso Furtado, vol.5). Texto originalmente publicado em 1987.

FURTADO, Celso. Discurso de posse. In: FURTADO, Rosa (Org.). **Ensaios sobre cultura e o ministério da cultura**. Rio de Janeiro: Contraponto: Centro Internacional Celso Furtado, 2012b. p. 51-55. (Arquivos Celso Furtado, vol.5). Texto originalmente publicado em 1986.

FURTADO, Celso. Lei Sarney: inovação na cultura brasileira. In: FURTADO, Rosa (Org.). **Ensaios sobre cultura e o ministério da cultura**. Rio de Janeiro: Contraponto: Centro Internacional Celso Furtado, 2012c. p. 87-90. (Arquivos Celso Furtado, vol.5). Texto originalmente publicado em 1986-1987.

FURTADO, Celso. Política cultural e criatividade. In: FURTADO, Rosa (Org.). **Ensaios sobre cultura e o ministério da cultura**. Rio de Janeiro: Contraponto: Centro Internacional Celso Furtado, 2012d. p.91-97. (Arquivos Celso Furtado, vol.5). Texto originalmente publicado em 1987.

FURTADO, Celso. Política cultural e o Estado. In: FURTADO, Rosa (Org.). **Ensaios sobre cultura e o ministério da cultura**. Rio de Janeiro: Contraponto: Centro Internacional Celso Furtado, 2012e. p. 103-106. (Arquivos Celso Furtado, vol.5). Texto originalmente publicado em 1986.

FURTADO, Celso. Pressupostos da política cultural. In: FURTADO, Rosa (Org.). **Ensaios sobre cultura e o ministério da cultura**. Rio de Janeiro: Contraponto: Centro Internacional Celso Furtado, 2012f, p.61-66. (Arquivos Celso Furtado, vol.5). Texto originalmente publicado em 1986.

GAMA, Marina. Criatividade e desenvolvimento. In: SOUSA, Filipe (Org). **BNDES 60 anos: perspectivas setoriais**. Rio de Janeiro: BNDES, 2012. 2 v.

GAMES não são cultura, diz Marta Suplicy. **Exame INFO**, São Paulo, 14 mar. 2013. Disponível em: <<http://info.abril.com.br/games/noticias/2013/03/games-nao-sao-cultura-diz-marta-suplicy.shtml>>. Acesso em: 18 jan. 2015.

GARNHAM, Nicholas. From cultural to creative industries: an analysis of the implication of the “creative industries” approach to arts and media policy making in the United Kingdom. **International Journal of Cultural Policy**, Abingdon, v. 11, n. 1, p.15-29, 2005.

GIL, Gilberto; PORTA, Paula. Economia da Cultura. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 03 fev. 2008. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/fsp/opiniaofz0302200809.htm>>. Acesso em: 11 jan. 2015.

GINSBURGH, Victor. Mark Blaug and the economics of the arts. In: BOUMANS, Marcel; KLAES, Matthias (Ed.). **Mark Blaug, a rebel with many causes**. Cheltenham, Northampton: Edward Elgar, 2013. p. 208-224

GOLDENSTEIN, Lídia. Os desafios da economia criativa. **Digesto econômico**, São Paulo, v. 65, n. 458, p. 30-45, maio 2010. Disponível em: <http://issuu.com/diario_do_comercio/docs/digesto_458/48>. Acesso em: 09 jan. 2015.

GOLDENSTEIN, Lidia. Trocando experiências para aprofundar o debate no Brasil. In: NOVAS direções na formulação de políticas para a economia criativa. London, Belo Horizonte: The British Council, 2014. p. 90-93. Edição bilíngue.

GOODWIN, Craufurd. Art and culture in the history of economic thought. In: GINSBURGH, Victor; THROSBY, David. **Handbooks of the economics of art and culture**. North Holland: Elsevier, 2006. v.1. p. 25-68.

GORGULHO, Luciane. **O apoio do BNDES à Economia Criativa**. [2010]. Apresentação de slide no Seminário Internacional de Economia Criativa.

GORGULHO, Luciane; GOLDENSTEIN, Marcelo; ALEXANDRE, Patrícia; MELLO, Gustavo. A economia da cultura, o BNDES e o desenvolvimento sustentável. **BNDES setorial**. n. 30, p. 299-355, set. 2009. Disponível em: <<https://web.bndes.gov.br/bib/jspui/handle/1408/1310>>. Acesso em: 08 fev. 2015.

HALL, Stuart. The centrality of culture: notes on the cultural revolutions of our time. In: THOMPSON, Kenneth (Ed.). **Media and cultural regulation**. Ann Arbor: SAGE, 1997. p. 207-238.

HARTLEY, John. Creative industries. In: HARTLEY, John. (Org.). **Creative industries**. Carlton: Blackwell Publishing, 2005. p.1-40.

HARTLEY, John. From the consciousness industry to creative industries: consumer-created content, social network markets and the growth of knowledge. In: HOLT, Jennifer; PERREN, Alisa (Ed.). **Media industries: history, theory and methods**. Oxford: Blackwell, 2008. p. 231-244

HARVEY, David. **Condição Pós-Moderna: uma pesquisa sobre a origem da mudança cultural**. São Paulo: Edições Loyola, 1992.

HARVEY, David. Do gerenciamento ao empresariamento: a transformação urbana no capitalismo tardio. **Espaços & Debates**, São Paulo, n.39, 1996.

HEFFERNAN, Richard. **New labour and thatcherism: political change in Britain**. London: Palgrave Macmillan, 2000.

HEROLD, Valentine. Estado cerceia maracatus na Zona da Mata Norte restringindo horários de ensaios e sambadas. **Jornal do Comércio**, Pernambuco, 05 fev. 2014a. Disponível em: <<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cultura/noticia/2014/02/05/estado-cerceia-maracatus->

na-zona-da-mata-norte-restringindo-horario-de-ensaios-e-sambadas-116338.php>. Acesso em: 18 jan. 2015.

HEROLD, Valentine. Estado quer reunião com maracatus e promotorias da Mata Norte. **Jornal do Comércio**, Pernambuco, 21 fev. 2014b. Disponível em: <<http://jconline.ne10.uol.com.br/canal/cultura/noticia/2014/02/21/estado-quer-reuniao-com-maracatus-e-promotorias-da-mata-norte-118931.php>>. Acesso em: 18 jan. 2015.

HESMONDHALGH, David. **The cultural industries**. London: SAGE, 2002.

HESMONDHALGH, David. Cultural and creative industries. In: BENNETT, Tony; FROW, John (Ed.). **The Sage handbook of cultural analysis**. London: SAGE, 2008. p. 552-569.

HESMONDHALGH, David; PRATT, Andy. Cultural industries and cultural policy. **International Journal of Cultural Policy**, Abingdon, v.11, n.1, p. 1-14, 2005.

HIGGS, Peter; CUNNINGHAM, Stuart; BAKHSHI, Hasan. Beyond the creative industries: mapping the creative economy in the United Kingdom. London: NESTA, 2008. Technical Report. Disponível em: <http://eprints.qut.edu.au/12166/1/beyond_creative_industries_report_NESTA.pdf?origin=publication_detail>. Acesso em: 25 jan. 2015.

HIGH-LEVEL PANEL ON CREATIVE INDUSTRIES AND DEVELOPMENT. São Paulo Consensus. In: UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT, 11, 2004, São Paulo. **Proceedings....** São Paulo: UNCTAD, 2004. Disponível em: <http://unctad.org/en/Docs/td410_en.pdf>. Acesso em: 10 jan. 2015.

HOWKINS, John. **The creative economy: how people make money from ideas**. London: Penguin Books, 2002.

HOWKINS, John. **Creative ecologies: where thinking is a proper job**. St. Lucia: University of Queensland Press, 2009.

HULLOT-KENTOR, Robert. Em que sentido exatamente a indústria cultural não mais existe. In: VAZ, Alexandre; ZUIN, Antônio; DURÃO, Fábio. **A indústria cultural hoje**. São Paulo: Boitempo, 2008. p. 17-27

INTERNACIONAL JOURNAL OF CULTURAL STUDIES. The new economy, creativity and consumption. London: SAGE Publications, v. 7, n. 1, Mar. 2004. 141p. Special issue edited by John Hartley.

ISAR, Yudhishtir. Visão Global: das inquietações conceituais a uma agenda de pesquisas. In: REIS, Ana Carla (Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. p. 74-91.

JOFFE, Avril. Reflexões da África do Sul. In: REIS, Ana Carla; KAGEYAMA, Peter. **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p.60-69.

KEA EUROPEAN AFFAIRS. **Business innovation support services for creative industries**. Bruxelles: KEA European Affairs, 2010. Disponível em: <<http://www.keanet.eu/report/BISScreativeindustries.pdf>>. Acesso em: 25 jan. 2015.

KHAN, Salman. **Um mundo, uma escolha**: a educação reinventada. Rio de Janeiro: Intrínseca, 2012.

KONG, Lily; O'CONNOR, Justin. Introduction. KONG, Lily; O'CONNOR, Justin (Ed.). **Creative Economies, Creative Cities**: Asian-European Perspectives. London, New York: Springer, 2009. (The GeoJournal Library, 98). p. 1-8.

KOVÁCS, Máté. A economia criativa e a erradicação da pobreza na África: princípios e realidades. In: REIS, Ana Carla (Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. p. 94-123.

LANDRY, Charles. Setting the scene. In: LANDRY, Charles. **The creative city**: a toolkit for urban innovators. London: Earthscan, 2006a. p. xi-xvi.

LANDRY, Charles. **The art of city making**. London: Earthscan, 2006b.

LANDRY, Charles. Prefácio. In: REIS, Ana Carla; KAGEYAMA, Peter. **Cidades criativas**: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p.7-15.

LASTRES, Helena; CASSIOLATO, José. Novas políticas na era do conhecimento: o foco em arranjos produtivos e inovativos locais. **Revista Parcerias Estratégicas**, Abingdon, v.8, n. 17, p.5-30, set. 2003.

LAZZERETTI, Luciana; BOIX, Rafael; CAPONE, Francesco. Why do creative industries cluster? In: LAZZERETTI, Luciana (Ed.). **Creative industries and innovation in Europe**: concepts, measures and comparative case studies. Abingdon: Routledge, 2012.

LAZZERETTI, Luciana; CINTI, Tommaso. From cultural cluster to creative cluster: the case of art restoration in Florence. In: LAZZERETTI, Luciana (Ed.). **Creative industries and innovation in Europe**: concepts, measures and comparative case studies. Abingdon: Routledge, 2012. p. 45-64.

LEITÃO, Andreza; GANTOS, Marcelo. Economia criativa, políticas públicas e sociais e inserção produtiva: um estudo sobre o setor do artesanato no norte fluminense. In: CONGRESSO INTERNACIONAL INTERDISCIPLINAR EM SOCIAIS E HUMANIDADES, 1, 2012. **Anais eletrônicos....** Niterói: ANINTER-SH, 2012. Disponível em:

<<http://www.aninter.com.br/ANAIS%20I%20CONITER/GT02%20Gest%20E3o,%20pol%20ticas%20p%20FAblicas%20e%20sociais/ECONOMIA%20CRIATIVA,%20POL%20CDTICAS%20P%20DABlicas%20E%20SOCIAIS%20E%20INSER%20C7%20C3O%20PRODUTIVA%20UM%20ESTUDO%20SOBRE%20O%20SETOR%20DO%20ARTESANATO%20-%20Trabalho%20completo.pdf>>. Acesso em: 19 jan. 2015.

LEITÃO, Cláudia. A criatividade e diversidade cultural brasileiras como recursos para um novo desenvolvimento. In: BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria de**

Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações. 2011-2014. 2 ed. rev. Brasília: Ministério da Cultura, 2011.

LEITÃO, Cláudia. Apresentação ou reflexões furtadianas sobre a economia criativa brasileira. **Cadernos do CEOM**, Chapecó, v. 26, n. 39, p. 7-10, dez. 2013a.

LEITÃO, Cláudia. **Entrevista com Cláudia Leitão**. 2013b. Entrevista concedida a Daniel Douek. Disponível em: <<http://centrodepesquisaeformacao.sescsp.org.br/noticias/entrevista-com-claudia-leitao>>. Acesso em: 19 jan. 2015.

LEITÃO, Cláudia. **Plano Brasil criativo:** a criatividade brasileira construindo um novo desenvolvimento. 29 ago. 2013c. Apresentação de slides na Universidade de Paris V e na UECE. Disponível em: <<http://www.integrabrazilne.com.br/wp-content/uploads/downloads/2013/09/Plano-Brasil-Criativo-Claudia-Leit%C3%A3o-%E2%80%93-Universit%C3%A9-de-Paris-V-e-UECE-29ago2013.pdf>>. Acesso em: 18 jan. 2015.

LEITÃO, Cláudia. **Cultura em movimento:** memórias e reflexões sobre políticas públicas e práticas de gestão. Fortaleza: Armazém da Cultura, 2014a. Cap. E o sonho continua – entre o destino de Sísifo e a vitória de Hermes...conversas com Celso Furtado e a cultura como quarto pilar do desenvolvimento, p. 236-251.

LEITÃO, Cláudia. Indústrias criativas x economias criativas: a disputa entre modelos de desenvolvimento. In: RUBIM, Linda; VEIRA, Mariella; SOUZA, Delmira de. (Org.). **ENECULT 10 anos**. Salvador: EDUFBA, 2014b.

LEITÃO, Cláudia; GUILHERME, Luciana; OLIVEIRA, Luiz Antônio; GONDIM, Raquel. Indústrias criativas: alternativa de desenvolvimento regional. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v. 7, n.2, p. 538-555, out. 2011.

LERNER, Jaime. Qualquer cidade pode ser criativa. In: REIS, Ana Carla; KAGEYAMA, Peter. **Cidades criativas:** perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p. 30-37.

LESSA, Carlos. **Análise econômica e economia política**. Campinas: Unicamp, 1972. Mimeografado. Aula inaugural do Departamento de Economia da Unicamp.

LIMA, Carmem. Políticas culturais para o desenvolvimento: o debate sobre as indústrias culturais e criativas. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 3, 2007, Salvador. **Anais....** Salvador: UFBA, 2007. Disponível em: <<http://www.cult.ufba.br/>>. Acesso em: 15 abr. 2013.

LIMA, Clovis; SANTINI, Rose. *Copyleft* e licenças criativas de uso de informação na sociedade da informação. **Ciência da Informação**, Brasília, v. 37, n. 1, p.121-128, jan./abr, 2008.

LIMA, Luciana; ORTELLADO, Pablo; SOUZA, Valmir. O que são as políticas culturais? Uma revisão crítica das modalidades de atuação do Estado no campo da cultura. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE POLÍTICA CULTURAIIS, 4, 2013, Rio de Janeiro. **Comunicações....** Rio de Janeiro: Fundação Casa Rui Barbosa, 2013. Disponível em:

<<http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2013/11/Luciana-Piazzon-Barbosa-Lima-et-alii.pdf>>. Acesso em: 25 jan. 2015.

LIN, Charles. Cidades criativas e governança urbana: a história de duas cidades em Taiwan. In: REIS, Ana Carla; KAGEYAMA, Peter. **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p. 150-161.

LOBATO, Ramon. Creative industries and informal economies: lessons from Nollywood. **Internacional journal of cultural studies**, v. 13, n. 4, p. 337-354, jul. 2010.

LOTTA, Gabriela. Propostas para uma agenda de transformações: a economia solidária da cultura. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 4, 2008, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2008. Disponível em: < <http://www.cult.ufba.br/>>. Acesso em: 15 abr. 2013.

LOURIDO, Clara. O artesanato no capitalismo avançado: da tradição ao desemprego estrutural, do turismo à decoração. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 1, 2005, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2005. Disponível em: < <http://www.cult.ufba.br/>>. Acesso em: 15 abr. 2013.

LOVINK, Geert; ROSSITER, Ned. Proposals for creative reader: introduction to MyCreativity Reader. In: LOVINK, Geert; ROSSITER, Ned (Ed.). **MyCreativity reader: a critique of creative industries**. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2007. p.9-16.

MACHADO, João; PAMPLONA, João. A ONU e o desenvolvimento econômico: uma interpretação das bases teóricas da atuação do PNUD. **Economia e Sociedade**, Campinas, v.17, n.1, p.53-84, abril, 2008.

MACHADO, Jurema. Educação patrimonial, preservação e sustentabilidade dos sítios históricos. In: REIS, Ana Carla; DEHEINZELIN, Lala (Org.). **Cadernos de economia criativa: economia criativa e desenvolvimento local**. Vitória: SEBRAE/ES: Secult/ES, 2008. p. 71-80.

MAGALHÃES, Marize. Desenvolvimento na prática dos pontos de cultura. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE POLÍTICAS CULTURAIS, 3, 2012, Rio de Janeiro. **Comunicações...** Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2012. Disponível em: <<http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2012/09/Marize-Torres-Magalh%C3%A3es.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2015.

MARINHO, Heliana. Economia criativa: abordagem conceitual e dinâmica da MPE. In: CALABRE, Lia (Org.). **Políticas culturais: informações, territórios e economia criativa**. São Paulo: Itaú Cultural; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2013.

MARKUSEN, Ann; WASSALL, Gregory; DANATALE, Douglas; COHEN, Randy. Defining the creative economy: industry and occupational approaches. **Economic Development Quarterly**, vol. 22, n. 1, p. 24-45, Feb. 2008.

MARKUSEN, Ann; GADWA, Anne. **Creative placemaking**. Washington: National Endowment for the Arts, 2010.

MARTA Suplicy altera o discurso na Campus Party: “game é cultura”. **Arena**, 28 jan. 2014a. Disponível em: <<http://arena.ig.com.br/2014-01-28/marta-suplicy-altera-o-discurso-na-campus-party-game-e-cultura.html>>. Acesso em: 19 jan. 2015.

MARTA Suplicy participa de abertura de incubadora de economia criativa. **G1**, Pará, 09 jan. 2014b. Disponível em: <<http://g1.globo.com/pa/para/noticia/2014/01/marta-suplicy-participa-de-abertura-de-incubadora-de-economia-criativa.html>>. Acesso em: 18 jan. 2015.

MARTIN, Ron; SUNLEY, Peter. Deconstructing clusters: chaotic concept or policy panacea? **Journal of Economic Geography**, Oxford, v.3, n.1, p. 5-35, Jan. 2003.

MARTINS, Rolando. Lisboa, criativa? In: REIS, Ana Carla; KAGEYAMA, Peter. **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p. 78-83.

MATOSO, Rui. *Cultura e Desenvolvimento Humano Sustentável*. Portugal: 2010

MCROBBIE, Angela. Re-thinking creative economy as radical social enterprise. **Variant**, n. 41, p. 32-33, spring 2011.

MEDRADO, André; RIVERA, Ricardo. Avaliação do apoio do BNDES ao setor de *software* e serviços de TI. **BNDES setorial**, n. 38, p. 329-372, set. 2013.

MELEIRO, Alessandra; FONSECA, Fábio. Economia criativa: uma visão global. **Latitude**, Maceió, v. 06, n. 02, p. 241-265, 2012.

MELGUIZO, Jorge. Medellín, uma cidade criativa. In: REIS, Ana Carla; KAGEYAMA, Peter. **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011a. p. 44-49.

MELLO, Gustavo. Desafios para o setor editorial brasileiro de livros na era digital. **BNDES setorial**, n. 36, p. 429-473, set. 2012.

MELLO, Gustavo; GOLDENSTEIN, Marcelo. A música em metamorfose: um mercado em busca de novos modelos de negócio. **BNDES setorial**, n. 32, p. 113-152, set. 2010.

MELLO, Gustavo; GOLDENSTEIN, Marcelo; FERRAZ, Rafael. O audiovisual brasileiro em um novo cenário. **BNDES setorial**, n. 38, p. 291-327, set. 2013.

MGF INNOVATION AGENCY. **Towards a european network for the creative industries**. 2010. Press release. Disponível em: <http://www.creativity-innovation.eu/fileadmin/_creativity-innovation/downloads/press_releases/100517_PM_eici.pdf>. Acesso em: 25 jan. 2015.

MICHETTI, Miqueli. Da mestiçagem como panaceia à diversidade como (anti) commodity: notas sobre economia criativa no Brasil. **Latitude**, Maceió, v. 06, n. 02, p. 175-190, 2012.

MIGUEZ, Paulo. Economia criativa: uma discussão preliminar. In: NUSSBAUMER, Gisele (Org.). **Teorias e políticas da cultura: visões multidisciplinares**. Salvador: EDUFBA, 2007a. p. 95-114.

MIGUEZ, Paulo. **Repertório de Fontes sobre a Economia Criativa**. Salvador: CULT-UFBA, 2007b.

MIGUEZ, Paulo. A economia da cultura como campo de estudos e a novidade da economia criativa. In: BRASIL. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria de Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações**. 2011-2014. 2 ed. rev. Brasília: Ministério da Cultura, 2011. p. 102-106.

MIGUEZ, Paulo; MACHADO, Ana Flávia. Estudo 45: Diversidade cultural: valorização e difusão. In: BANCO NACIONAL DE DESENVOLVIMENTO ECONÔMICO E SOCIAL; UNIVERSIDADE FEDERAL DE MINAS GERAIS. **Projeto PIS: perspectivas dos investimentos sociais no Brasil**. 2010. Disponível em: <http://www.bndes.gov.br/SiteBNDES/export/sites/default/bndes_pt/Galerias/Arquivos/conhecimento/seminario/Car_ima_NE_PauloMiguez.pdf>. Acesso em: 18 jan. 2015.

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**, London v. 7, n. 1, p. 55-65, Mar. 2004.

MILLER, Toby. Can natural luddites make things explode or travel faster? In: LOVINK, Geert; ROSSITER, Ned (Ed.). **MyCreativity reader: a critique of creative industries**. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2007. p. 41-48.

MORAES, Julio. Economia criativa e perspectivas de desenvolvimento: resgates de Celso Furtado. **Informações Fipe**, São Paulo, n. 374, p. 14-15, nov. 2011.

MOSLEY, Paul; HUDSON, John; VERSCHOOR, Arjan. Aid, poverty reduction and the new conditionality. **The Economic Journal**, v. 114, n. 496, p. F217-F243, June 2004.

NASCIMENTO, Lissandro. Impasse do maracatu continua na Mata Norte de PE. **A voz da vitória**, Pernambuco, 17 fev. 2014. Disponível em: <<http://www.avozdavitoria.com/impasse-do-maracatu-continua-na-mata-norte-de-pe/>>. Acesso em: 18 jan. 2015.

NAZARÉ DA MATA. **Maracatu**. 2014. Disponível em: <<http://nazaredamata.pe.gov.br/nazare/index.php/maracatu>>. Acesso em: 18 jan. 2015.

NEWBIGIN, John. A economia criativa: um guia introdutório. London: British Council, 2010. (Série Economia Criativa e Cultural, n.1). Disponível em: <http://creativeconomy.britishcouncil.org/media/uploads/files/Intro_guide_-_Portuguese.pdf>. Acesso em: 14 jul. de 2014.

NICOLA, Alberto de; VERCELLONE, Carlo; ROGGERO, Giggi. Contra la classe creativa. nov. 2007. Disponível em: <<http://eipcp.net/transversal/0207/denicolaetal/it>>. Acesso em: 10 set. 2014.

NUNES, Ariel. Articulação entre ponteiros, sociedade e política pública cultural: uma abordagem antropológica dos pontos de cultura. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE POLÍTICAS CULTURAIS, 3, 2012, Rio de Janeiro. **Comunicações...** Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2012. Disponível em:

<<http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2012/09/Ariel-F.-Nunes.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2015

OLIVEIRA, Gilson. Uma discussão sobre o conceito de desenvolvimento. **Revista da FAE**, Curitiba, v.5, n.2, p.37-48, maio/ago. 2002.

OLIVEIRA, João Maria de; ARAUJO, Bruno; SILVA, Leandro. **Panorama da economia criativa no Brasil**. Rio de Janeiro: IPEA, 2013. (Texto para discussão, 1880).

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO). **Action Plan of Cultural Policies for Development**. Stockholm: The Stockholm Conference, 1998. Disponível em: <<http://www.unesco.org/cpp/uk/declarations/cultural.pdf>>. Acesso em: 25 jan. 2015.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO). **Declaração Universal sobre Diversidade Cultural**. 2002. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0012/001271/127160por.pdf>>. Acesso em: fev. 2014.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA (UNESCO). **Creative economy report: 2013 special edition: widening local development pathways**. New York: United Nations, 2013.

ORRICO, Alexandre. “Jogos não são prioridade para Vale-Cultura”, reafirma ministra Marta Suplicy. **Folha de São Paulo**, São Paulo, 12 ago. 2013. Disponível em: <<http://www1.folha.uol.com.br/tec/2013/08/1324457-jogos-nao-sao-prioridade-para-vale-cultura-reafirma-ministra-marta-suplicy.shtml>>. Acesso em: 18 jan. 2015.

ORTIZ, Renato. Cultura e desenvolvimento. **Políticas culturais em Revista**, Salvador, v. 01, n. 01, p. 122-128, 2008.

PEACOCK, Allan. Welfare Economics and the public subsidies to the arts. **Journal of Cultural Economics**, Cham, v.18, n. 2, p. 151-161, June 1994.

PINTO, Gabriel; AFONSO, Marcio. O mapeamento das indústrias criativas no Brasil. **Revista de Design, inovação e gestão estratégica**, Rio de Janeiro, v. 4, p. 1-16, jul. 2013. Edição especial

PIRES, Vladimir. Ideias-força no pós-fordismo e a emergência da economia criativa. **Liinc em Revista**, Rio de Janeiro, v.5, n.2, p. 215-230, set. 2009.

PITOMBO, Mariella. Uma agenda cultural para o desenvolvimento humano: o papel das agências multilaterais na formulação das políticas culturais. In: CONGRESSO DE LA SOLAR, 9, 2004, Rio de Janeiro. **Programa e resumos...** Rio de Janeiro: UERJ, 2004. Disponível em: <<http://www.ufrgs.br/difusaocultural/adminseminario/documentos/arquivo/PITOMBOM.%20Uma%20agenda%20cultural%20para%20o%20desenvolvimento%20humano.pdf>>. Acesso em: 25 jan. 2015.

PORTA, Paula. Economia criativa: um setor estratégico para o país. Brasília: Ministério da Cultura. [2008]. Disponível em: <<http://www2.cultura.gov.br/site/wp-content/uploads/2008/04/texto-sobre-o-prodec-paula-porta.pdf>>. Acesso em: 18 fev. 2015.

PORTER, Michael. On competition. Harvard Business School, 1998. *apud* MARTIN, Ron; SUNLEY, Peter. Deconstructing clusters: chaotic concept or policy panacea? **Journal of Economic Geography**, Oxford v.3, n. 1, p. 5-35, Jan. 2003.

PRATT, Andy. Cultural industries and public policy: an oxymoron? **International Journal of Cultural Policy**, London, v.11, n.1, p. 31-44, 2005.

PRATT, Andy. The creative and cultural economy and the recession. **Geoforum**, London, v. 40, n. 4, p. 495-496, July 2009.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA O DESENVOLVIMENTO (PNUD). **Relatório de Desenvolvimento: liberdade cultural num mundo diversificado**. 2004. Disponível em: <<http://www.pnud.org.br/HDR/arquivos/RDHglobais/hdr2004-portuguese.pdf>>. Acesso em: 25 jan. 2015.

PROGRAMA DAS NAÇÕES UNIDAS PARA OS ASSENTAMENTOS HUMANOS (ONU-HABITAT). **Carta de Medellín: sobre o porvir humano das urbes do mundo**. In: FÓRUM URBANO MUNDIAL ONU-HABITAT, 7, 2014, Medellín. Disponível em: <<http://es.urbansolutionsplatform.org/CartaMed/pdf/CartaMedellin-Portugues.pdf>>. Acesso em: 25 jan. 2015.

RAMANATHAN, Sharada. A economia criativa como uma estratégia de desenvolvimento: a visão dos países em desenvolvimento: a perspectiva indiana. In: REIS, Ana Carla (Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. p. 196-217.

RAUNIG, Gerald. **Creative industries as mass deception transversal**. jan. 2007. Disponível em: <<http://eipcp.net/transversal/0207/raunig/en>> Acesso em: 4 ago. 2014.

REIS, Ana Carla. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: o caleidoscópio da cultura**. Barueri: Manole, 2007.

REIS, Ana Carla. Evolução histórica: da indústria criativa à economia criativa, pequeno panorama global. In: REIS, Ana Carla; DEHEINZELIN, Lala (Org.). **Cadernos de economia criativa: economia criativa e desenvolvimento local**. Vitória: SEBRAE/ES: Secult/ES, 2008a. p. 15-21.

REIS, Ana Carla. Introdução. In: REIS, Ana Carla (Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008b. p. 14-49.

REIS, Ana Carla. Prólogo. In: REIS, Ana Carla (Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008c. p. 10-13.

REIS, Ana Carla. Transformando a criatividade brasileira em recurso econômico. In: REIS, Ana Carla (Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento**: uma visão dos países em desenvolvimento. São Paulo: Itaú Cultural, 2008d. p. 126-143.

REIS, Ana Carla. Introdução. In: REIS, Ana Carla; KAGEYAMA, Peter. **Cidades criativas**: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011a. p. 24-29.

REIS, Ana Carla. Micro e pequenas empresas no cenário brasileiro: desafios e oportunidades. In: REIS, Ana Carla; KAGEYAMA, Peter. **Cidades criativas**: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011b. p. 162-169.

REIS, Ana Carla; URANI, André. Cidades criativas: perspectivas brasileiras. In: REIS, Ana Carla; KAGEYAMA, Peter. **Cidades criativas**: perspectivas. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p. 30-37.

REIS, Paula. Estado e políticas culturais. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE POLÍTICAS CULTURAIS, 2, 2011, Rio de Janeiro. **Comunicações...**. Rio de Janeiro: Fundação Casa Rui Barbosa, 2011. Disponível em: <<http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2011/11/Paula-F%C3%A9lix-dos-Reis.pdf>>. Acesso em: 25 jan. 2015.

RIBEIRO, Dandara. **Da naturalização dos povos indígenas à culturalização da natureza**: reflexões a partir do contexto amazônico. 2010. 90f. Monografia (Graduação) – Setor de Ciências Jurídicas, Universidade Federal do Paraná, Curitiba, 2010.

RIO DE JANEIRO (Estado). Secretaria de Cultura. Rio Criativo. Sítio virtual do projeto Rio Criativo. [2013]. Disponível em: <<http://www.riocriativo.rj.gov.br>>. Acesso em: 11 jan. 2015.

RIO DE JANEIRO (Município). Companhia de Desenvolvimento Urbano da Região do Porto do Rio de Janeiro. **Porto Maravilha**: um sonho que virou realidade. [2013]. Disponível em: <<http://www.portomaravilha.com.br/web/sup/OperUrbanaApresent.aspx>>. Acesso em: 10 jan. 2015.

ROBINSON, Ken. *Out of Our Minds: learning to be creative*. Oxford: Capstone, 2001.

ROCHA, Maria. Celso Furtado e a formação da cultura brasileira. **Revista de Economía Política de las Tecnologías de la Información y de la Comunicación**, São Cristovão, v. 14, n.1, ene-abr, 2012.

RODRÍGUEZ, Octavio. Furtado e a renovação da agenda do desenvolvimento. In: SABOIA, João; CARVALHO, Fernando (Org.). **Celso Furtado e o século XXI**. Barueri: Manole; Rio de Janeiro: Instituto de Economia da Universidade Federal do Rio de Janeiro, 2007. p. 3-40.

ROSENBAUM. **Yawanawa**. 2015. Disponível em: <<http://www.rosenbaum.com.br/tag/yawanawa/>>. Acesso em: 19 jan. 2015.

ROSS, Andrew. Nice work if you can get it: the mercurial career of creative industries policy. In: LOVINK, Geert; ROSSITER, Ned (Ed.). **MyCreativity reader**: a critique of creative industries. Amsterdam: Institute of Network Cultures, 2007. p. 17-40

ROTEM, Einat. O espaço público na cidade criativa. In: REIS, Ana Carla; KAGEYAMA, Peter. **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p. 138-149.

RUBIM, Antonio. Políticas culturais do governo Lula/Gil: desafios e enfrentamentos. **Revista Brasileira de Ciências da Comunicação**, São Paulo, v. 31, n. 1, p. 183-203, jan./jun. 2008.

RUBIM, Antônio. Políticas culturais e novos e desafios. **Matrizes**, São Paulo, v. 2, jan./jun. 2009.

SAAD, D.; OLIVEIRA, J.; KOHL, A.; FAVERO, E. Economia criativa: fomento para o desenvolvimento regional. In: CONGRESSO INTERNACIONAL INTERDISCIPLINAR EM SOCIAIS E HUMANIDADES, 1, 2012, Niterói. **Anais...** Niterói: ANINTER-SH, 2012. Disponível em: <<http://www.aninter.com.br/ANAIS%20I%20CONITER/INDICE%20DE%20TRABALHOS.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2015.

SACHS, Ignacy. Desenvolvimento e cultura. Desenvolvimento da cultura. Cultura do desenvolvimento. **Organizações & Sociedade**, Salvador, v. 12, n. 33, p. 151-165, abril/junho, 2005.

SALAINI, Cristian; ARNT, Mônica. Propriedade intelectual e conhecimentos tradicionais no contexto das políticas públicas patrimoniais. In: SOUZA, Rebeca; LEAL, Ondina (Org.). **Do regime de propriedade intelectual: estudos antropológicos**. Porto Alegre: Tomo Editorial, 2010. p. 223-242

SANCHEZ, Fernanda. Políticas urbanas em renovação: uma leitura crítica dos modelos emergentes. **Revista Brasileira de Estudos Urbanos e Regionais**, Recife, n.1, p. 115-132, maio/nov. 1999.

SANTOS-DUISENBERG, Edna dos. A economia criativa: uma opção de desenvolvimento viável? In: REIS, Ana Carla (Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. p. 52-73

SCOTT, Allen. Creative cities: conceptual issues and policy questions. **Journal of urban affairs**, London, v. 28, n. 1, p. 1-17, Jan. 2006.

SCOTT, Allen. **Social economy on the metropolis: cognitive-cultural capitalism and the global resurgence of cities**. Oxford: Oxford University Press, 2008.

SEGERS, Katia; HUIJGH, Ellen. **Clarifying the complexity and ambivalence of the cultural industries**. Brussels: Free University of Brussels, 2006. (Working Paper, 8)

SEMENSATO, Clarissa. Problematizações acerca do conceito “economia criativa” e da sua inserção na sociedade da informação. In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE POLÍTICAS CULTURAIS, 4, 2013, Rio de Janeiro. **Comunicações...** Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2013. Disponível em: <<http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2013/11/Clarissa-Alexandra-Guajardo-Semensato.pdf>>. Acesso em: 08 jan. 2015.

SEN, Amartya. **Equality of What?**. Stanford: Stanford University, 1979. (The Tanner Lecture on Human Values).

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

SENA, José; STORNI Maria. “Brincadeira Sagrada”: da pesquisa etnográfica à análise teórica (uma hermenêutica do Maracatu Rural à luz das Ciências das Religiões). In: COLÓQUIO DE HISTÓRIA, 4, 2010, Pernambuco. **Anais eletrônicos...** Recife: Unicap, 2010. p. 75-89. Disponível em: <<http://www.unicap.br/coloquiodehistoria/wp-content/uploads/2013/11/4Col-p.75.pdf>>. Acesso em: 18 jan. 2015.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Termo de referência para atuação do sistema SEBRAE na cultura e entretenimento**. Brasília: SEBRAE, 2007.

SERVIÇO BRASILEIRO DE APOIO ÀS MICRO E PEQUENAS EMPRESAS (SEBRAE). **Termo de referência. Atuação do Sistema Sebrae na Economia Criativa**. Brasília: SEBRAE, 2012.

SILVA, Alberto. **Porto maravilha: cultura e indústria criativa**. ago. 2014. Apresentação de slides. Disponível em: <<http://www.portomaravilha.com.br/web/sup/cultura.pdf>>. Acesso em: 18 jan. 2015.

SILVA, Edinice. Capital cultural e o subsídio às artes. **Revista de Ciências da Administração**, Santa Catarina, n, 0, p. 7-18, ago. 1998.

SILVA, Francisco. As relações entre cultura e desenvolvimento e a economia criativa: reflexões sobre a realidade brasileira. **Revista NAU Social**, Salvador, v. 3, n. 4, p. 111-121, maio/out. 2012.

SILVA, Frederico. Boas intenções, poucos recursos: balanço das políticas culturais brasileiras recentes. **Revista Proa**, Campinas, v. 01, n. 01, p. 274-292, 2006.

SILVA, Frederico. Política cultural no Brasil, 2002-2006: acompanhamento e análise. In: BRASIL. Ministério da Cultura. Instituto de Economia Aplicada. **Coleção cadernos de políticas culturais**. Brasília: Ministério da Cultura, 2007. v. 2.

SILVA, Frederico. Desenvolvimento e cultura: linhas gerais para um mapeamento conceitual e empírico. **Latitude**. Maceió, v. 06, n. 02, p. 85-118, 2012.

SILVA, Frederico; CALABRE, Lia (Org.). **Pontos de cultura: olhares sobre o Programa Cultura Viva**. Brasília: IPEA, 2011.

SILVA, Regina; DUTRA, Roger. A agenda transnacional da Unesco e as políticas públicas de cultura do MinC (2003-2010). In: SEMINÁRIO INTERNACIONAL DE POLÍTICAS CULTURAIS, 3, 2012, Rio de Janeiro. **Comunicações...** Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2012. Disponível em: <<http://culturadigital.br/politicaculturalcasaderuibarbosa/files/2012/09/Regina-Helena-Alves-da-Silva-et-alii.pdf>>. Acesso em: 10 jan. 2015.

SILVA, Rodrigo. **Os direitos autorais como fator de desenvolvimento da economia criativa**. 2013. 277f. Dissertação (Mestrado em Direito) – Centro de Ciências Jurídicas, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2013.

SIQUEIRA, Maurício; SEMENSATO, Clarissa. Megaeventos e políticas culturais. In: CALABRE, Lia (Org.). **Políticas culturais: informações, territórios e economia criativa**. São Paulo: Itaú Cultural; Rio de Janeiro: Fundação Casa de Rui Barbosa, 2013.

SMITH, Chris. The political impact. In: TATE. **Tate Modern: the first five years**. London: Tate Trustees, 2005. p. 17-22.

SODRÉ, Muniz. Diversidade e diferença. **Revista Científica de Información y Comunicación**, Sevilla, n. 03, p. 05-15, 2006.

SOLANAS, Facundo. Economia criativa e as possibilidades de desenvolvimento na Argentina. In: REIS, Ana Carla (Org.). **Economia criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento**. São Paulo: Itaú Cultural, 2008. p. 156-175.

SOUZA, Elizabeth; MATTA, João Paulo; DIAS, Camila. Economia criativa: reflexões sobre a regulação de conhecimentos tradicionais. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 4, 2008, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2008. Disponível em: < <http://www.cult.ufba.br/>>. Acesso em: 15 abr. 2013.

SOUZA, Elizabeth; MIGUEZ, Paulo. Sobre cultura e desenvolvimento. In: ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA, 3, 2007, Salvador. **Anais...** Salvador: UFBA, 2007. Disponível em: < <http://www.cult.ufba.br/>>. Acesso em: 15 abr. 2013.

STONEMAN, Paul. Soft innovation: changes in product aesthetics and aesthetic products. In: ROYAL ECONOMIC SOCIETY ANNUAL CONFERENCE, 2008, University of Warwick. **Proceedings...** Coventry: University of Warwick, 2008. Disponível em: < <https://editorialexpress.com/conference/res2008/program/res2008.html>>. Acesso em: 15 jan. 2015.

STREETEN, Paul. Culture and economic development. In: THROSBY, David; GINSBURGH, Victor (Ed.). **Handbook of the economics of art and culture**. London: Elsevier, 2006. v. 1. p. 399-412.

TAY, Jinna. Creative cities. In: HARTLEY, John. (Org.). **Creative industries**. Carlton: Blackwell Publishing, 2005. p. 220-232.

TEIXEIRA JUNIOR, Job; MONTANO, Paulo; FALEIROS, João Paulo; BASTOS, Hugo. Design estratégico: inovação, diferenciação, agregação de valor e competitividade. **BNDES setorial**, n. 35, p. 333-367, mar. 2012.

THROSBY, David. The production and consumption of the arts: a view of cultural economics. **Journal of Economic Literature**, Sidney, v.32, n.1, p. 1-29, Mar. 1994.

THROSBY, David. **Economics and culture**. Cambridge: Cambridge University, 2001.

THROSBY, David. Introduction and Overview. In: THROSBY, David; GINSBURGH, Victor (Ed.). **Handbook of the economics of art and culture**. London: Elsevier, 2006. v. 1. p. 3-22.

TOWSE, Ruth. **A textbook of cultural economics**. Cambridge: Cambridge University Press, 2010.

TURINO, Célio. Programa Cultura Viva e economia criativa. In: REIS, Ana Carla; DEHEINZELIN, Lala (Org.). **Cadernos de economia criativa: economia criativa e desenvolvimento local**. Vitória: SEBRAE/ES: Secult/ES, 2008. p. 128-133.

TURINO, Célio. **O desmonte do programa CULTURA VIVA e dos Pontos de Cultura sob o governo Dilma**. jul. 2013. Disponível em: <<http://www.revistaforum.com.br/brasilvivo/2013/07/07/o-desmonte-do-programa-cultura-viva-e-dos-pontos-de-cultura-sob-o-governo-dilma/>>. Acesso em: 10 jan. 2015.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). Creative economy report 2008: The challenge of assessing the creative economy: towards informed policy-making. 2008. Disponível em: <http://unctad.org/en/Docs/ditc20082cer_en.pdf>. Acesso em: 25 jan. 2015.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT (UNCTAD). Creative Economy Report. A feasible development option. 2010. Disponível em: <http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_en.pdf>. Acesso em: 08 set. 2014.

VAINER, Carlos. Pátria, empresa e mercadoria. In: ARANTES, Otília; MARICATO, Ermínia; VAINER, Carlos. **A cidade do pensamento único: desmanchando consenso**. Petrópolis: Vozes, 2000. p. 75-103.

VAITSMAN, Jeni. Subjetividade e paradigma de conhecimento. **Boletim Técnico do SENAC**, v.21, n.2, maio/ago. 1995.

VERHAGEN, Evert. Qualidade líquida de cidade. In: REIS, Ana Carla; KAGEYAMA, Peter. **Cidades criativas: perspectivas**. São Paulo: Garimpo de Soluções, 2011. p.106-115.

VIANA, Diego. O economista e a criação. **Valor econômico**, São Paulo, 01 jun. 2012. Disponível em: <<http://www.valor.com.br/cultura/2686354/o-economista-e-criacao#ixzz1wXyf3QhS>>. Acesso em: 19 jan. 2015.

VIVANT, Elsa. La classe creative existe-t-elle ? **Les Annales de la Recherche Urbaine**, Puteaux, n. 101, p. 155-161, nov. 2006.

VIVANT, Elsa. **O que é uma cidade criativa?** São Paulo: Editora SENAC, 2012.

VON STAMM, Bettina. **Managing, Innovation, Design and Creativity**. Chichester: John Wiley & Sons, 2003.

WILLIAMS, Raymond. **Keywords: A vocabulary of culture and society**. New York: Oxford University Press, 1985.

WORLD COMMISSION ON CULTURE AND DEVELOPMENT (WCCD). **Our Creative Diversity**. Paris: WCCD, 1996. Disponível em: <<http://unesdoc.unesco.org/images/0010/001055/105586e.pdf>>. Acesso em: 25 jan. 2015.

XAVIER, Sérgio. Cultura digital e redes colaborativas: oportunidades para empreendedores criativos. In: REIS, Ana Carla; DEHEINZELIN, Lala (Org.). **Cadernos de economia criativa: economia criativa e desenvolvimento local**. Vitória: SEBRAE/ES: Secult/ES, 2008. p. 100-115.

YÚDICE, George. O lugar da cultura no contexto pós-onze de setembro. **Revista crítica de ciências sociais**, Coimbra, n. 63, p. 175-187, out. 2002.

YÚDICE, George. **A Conveniência da Cultura: usos da cultura na era global**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2006.

YÚDICE, George. **Economia da Cultura no Marco da Proteção e Promoção da Diversidade Cultural**. Miami: University of Miami, 2007. Disponível em: <http://works.bepress.com/cgi/viewcontent.cgi?article=1007&context=george_yudice>. Acesso em: 25 jan. 2015.

ZORZAL, Marcos; BASSO, Itacy. Por uma ontologia da criatividade: uma abordagem histórico-cultural. **Reunião da ANPED**, 24, 2001, Caxambu. Disponível em: <<http://24reuniao.anped.org.br/T2011571940970.doc>>. Acesso em: 20 out. de 2013.

ZUKIN, Sharon. Paisagens urbanas pós-modernas: mapeando cultura e poder. **Revista do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional**, n.24, p.205-219, 1996.