

# Menos transpiração e mais inspiração

A economia criativa pode ser a nova forma de mudança no perfil da produção das cidades

CARLA RODRIGUES

**E**conomia da cultura ou economia criativa são termos que, embora não sejam sinônimos, tentam dar conta do promissor casamento entre dois campos: o da economia e o da cultura. Juntos, têm produzido importantes transformações na economia das cidades, já que abrangem as atividades que têm como principal insumo a criatividade humana, envolvendo setores industriais e prestadores de serviços como arquitetura, moda, *design*, *software*, mercado editorial, televisão, filme e vídeo, artes visuais, música, publicidade, expressões culturais e artes cênicas. Foi classificada como a terceira maior indústria do mundo, atrás apenas das de petróleo e de armamentos. E tudo baseado na criatividade. Uma pesquisa feita em 2008 pela Federação das Indústrias do Rio de Janeiro, a Firjan, estimou que a “nova economia” movimentava cerca de R\$ 380 bilhões anuais no Brasil (16,4% do PIB). Dados do Banco Mundial indicam que a economia da cultura já responde por 7% do PIB mundial. Não sem razão, a nova gestão do Ministério da Cultura achou por bem criar uma secretaria dedicada a ela, sob o comando da socióloga Cláudia Leitão, que havia desenvolvido estudos sobre o tema no Grupo de Pesquisa sobre Políticas Públicas e Indústrias Criativas na Universidade Estadual do Ceará. Mas a discussão demorou 17 anos para chegar ao Brasil.

Para tirar esse atraso, universidades e profissionais da cultura estão arregaçando as mangas para difundir o conceito, em iniciativas como a realização do I Seminário Internacional de Economia Criativa: Novas Perspectivas, organizado pela Fundação Getúlio Vargas (FGV), no Rio. Ao

A moda como economia



THATYANA ESPERANZA / FOTOBRENA / FOLHAPRESS

mesmo tempo, acaba de ser divulgada a pesquisa sobre economia criativa feita pela Fundação do Desenvolvimento Administrativo a pedido da secretaria de governo da Prefeitura de São Paulo, revelando o peso significativo da área na economia paulista e nacional. Segundo a metodologia desenvolvida no estudo para a prefeitura, a participação do emprego formal criativo é de 1,87% do total do emprego formal no Brasil; de 2,21%, na Região Sudeste; de 2,46%, no estado de São Paulo; e de 3,47%, no município de São Paulo. Comparada com outros setores considerados importantes empregadores, a economia criativa destaca-se não só pela capacidade de gerar empregos, mas também pela qualidade e remuneração desses empregos. De 2006 a 2009, a taxa média anual de crescimento do emprego formal no setor chegou a 8,3% no estado

de São Paulo e a 9,1% no município, enquanto no total da economia chegava a 5,5% no estado e a 5,8% na cidade.

No Rio, Manoel Marcondes Neto, professor adjunto da Faculdade de Administração e Finanças da Universidade do Estado do Rio de Janeiro (UERJ) e líder do grupo de pesquisa *Gestão e Marketing na Cultura* junto ao CNPq, também se debruçou sobre os números da cultura e acaba de lançar *Economia da cultura: contribuições para a construção do campo e histórico da gestão de organizações culturais no Brasil* (Editora Ciência Moderna), ao lado de Lúcia Angelete. “Os economistas não querem saber disso, e os artistas têm medo quando aparecem termos como economia ou administração”, diz o pesquisador. “Há um preconceito grande nas universidades. Muitos mantêm a rejeição adorniana à produção mercan-







Londres:  
berço da  
economia  
criativa

ao dilema da inovação que ora culpa as empresas, ora o isolamento das universidades. O Brasil é um ambiente ideal para desenvolver as indústrias criativas e, com elas, elevar o valor agregado do setor de serviços e do setor industrial”, avalia Lídia.

**Iconomia** - Há mesmo quem, a partir do desenvolvimento da área, proponha renovar o conceito de economia pelo de “iconomia”. “Se economia tem sua origem em *oikos*, casa, a iconomia se baseia em *icos*, que deu origem à palavra ícone. O que gera valor, hoje, não é, como nos modelos econômicos tradicionais, a utilidade da coisa ou a energia gasta em sua construção, mas sim uma construção que combina a coisa, o ser e o símbolo. O conhecimento é sempre algo simbólico, intangível. A avaliação do intangível criativo remete diretamente ao conceito de indústrias criativas, de economia criativa. É o capitalismo 3.0, não só material, mas criativo”, defende o economista Gilson Schwartz, diretor acadêmico da Cidade do Conhecimento, projeto do Instituto de Estudos Avançados da Universidade de São Paulo (USP). Segundo ele, basta ver a importância que a sustentabilidade assume, por exemplo, para os negócios de uma empresa: as pessoas não darão mais valor aos produtos que não forem associados à sustentabilidade, à criatividade e a outros fatores intangíveis. Em 2003, em meio a uma pesquisa sobre inovações nos modelos de inclusão digital, Schwartz e seus orientandos começaram um projeto sobre uma moeda alternativa para responder à questão: “Se nós precisamos medir o intangível, se a rede em que estamos trabalhando é uma rede cultural, qual é a medida do gasto neste ambiente?” No Rio Grande do Norte, imprimiram e distribuíram uma moeda que passou a circular no setor de turismo e entre estudantes. “Com base nisso, desenvolvemos um modelo que é a moeda do saber: quem não gastá-la ficará ignorante, perderá saber; quem gastar, ganhará ainda mais saber”, conta.

til de bens e serviços culturais, o que os impede de reconhecer que, hoje, a ideia da cultura como ‘recurso’ vai muito além da transformação da cultura em mercadoria”, analisa Paulo Miguez, professor da Universidade Federal do Recôncavo da Bahia (UFRB) e autor da pesquisa *Economia criativa: em busca de paradigmas*, apoiada pela Fapesb.

O tema é fundamental na discussão atual da sustentabilidade do crescimento brasileiro. “A economia criativa é um caminho interessante, pela sua capacidade de criar empregos, em especial entre os jovens que, se bem articulados e apoiados, se tornam propulsores de inovação e da ampliação da capacidade produtiva”, acredita a economista Lídia Goldenstein, ex-professora da Unicamp

que hoje trabalha o novo campo em sua consultoria. “A sustentabilidade do crescimento atual passa necessariamente pelo fortalecimento da economia criativa, pois ela pode garantir a geração de um ambiente inovador robusto, criando instrumentos para o fortalecimento do setor manufatureiro.” Estudo recente feito pelo economista Aurílio Caiado, pesquisador da Fundação Sistema Estadual de Análise de Dados (Seade), parece comprovar a hipótese: 44,7% dos brasileiros empregados no setor criativo possuem carteira assinada, diante de 37% na média total. Os salários da área são ainda 51% maiores do que a média nacional. “Esse pode ser o caminho para destravar o baixo investimento em inovação das empresas brasileiras e pôr fim



Sala São Paulo: polo de atração de criatividade

“Em 2009, no I Fórum de Inclusão Financeira, o Banco Central reconheceu a iniciativa e hoje fala em moedas sociais, ou seja, meios de pagamento criados de baixo para cima, cujo lastro é o capital social local. Moedas criativas são moedas cujo capital ou ‘lastro’ é cultural. São as moedas da economia criativa”, observa o pesquisador. É o mesmo espírito que rege o trabalho da Secretaria da Economia Criativa, que tem como objetivo se valer da diversidade cultural para estimular a geração de emprego e renda. Segundo a nova secretária, a ênfase na produção local pode vir a valorizar iniciativas regionais em detrimento da produção em massa, um dos fortes da economia criativa. A meta é tratar a cultura como indústria, o que permitiria a emancipação do mundo da criação, tirando dele os polêmicos vícios das leis de incentivo estatal. O processo se amplia ainda mais quando se pensa no conceito das “cidades criativas”, gerado a partir da economia criativa. “Foi da economia da cultura e suas tentativas de organizar um campo mensurável de negócios que surgiu a economia criativa, resultado do processo de ‘desindustrialização’ de

## Cidades recuperam suas economias por meio de ações ligadas não à indústria, mas à criatividade

muitas economias que perderam atividades industriais por conta da alta capacidade de fragmentação da cadeia de produção e da volatilidade do capital. ‘Cidades criativas’ são as que estão recuperando suas economias por meio de atividades ligadas à criatividade e são exemplos de como a criação pode desabrochar e impactar as relações urbanas”, explica a economista Ana Carla Fonseca Reis, professora da FGV-SP e da Universidade Cândido Mendes, assessora

em economia criativa para a ONU. “Cidades que pretendem manter suas economias aquecidas têm de oferecer cultura, integração social e emprego, mesmo no caso da retenção de talentos qualificados, o que tem levado vários governos a valorizar a criatividade no ambiente urbano”, afirma. Segundo ela, em momentos em que a economia está cada vez menos industrial e mais de serviços, vários países observaram suas contas nacionais para ver onde estariam as vantagens competitivas de suas economias e, invariavelmente, descobriram que não se tratava de brigar por *commodities*, mas pela criatividade agregada a produtos e serviços. Os exemplos são contundentes: Londres, Barcelona, Bilbao, Amsterdã e, entre outras, até mesmo Bogotá.

**Design** - “O processo se dá em vários níveis: no impacto da geração de emprego, renda e tributos; na agregação de valor a setores econômicos tradicionais (basta pensar na competitividade que a moda traz à indústria têxtil e de confecções, ou o que o *design* gera em vários setores); e ao gerar um ambiente favorável ao olhar alternativo, à abertura ao



↳

**Atrair pessoas criativas e mais qualificadas é a política eficaz de desenvolvimento regional, observa André Golgher**

novo”, explica Ana. Nenhuma cidade seria mais criativa do que a outra, mas o índice de trabalhadores criativos que ela vai atrair é que fará a diferença e a transformará num centro de capacitação criativa. “Atrair pessoas criativas e mais qualificadas seria a política mais eficaz de desenvolvimento regional. Regiões com qualidade de vida, com uma vida cultural mais desenvolvida e sociedade diversificada têm uma tendência a atrair pessoas qualificadas e criativas”, observou o economista André Golgher, da Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG) em sua pesquisa sobre “cidades criativas”. Golgher relaciona essa atração e concentração de pessoas qualificadas e criativas com o desenvolvimento de cidades e regiões. Assim, Distrito Federal, Rio de Janeiro e São Paulo apresentam valores acima da média nacional, com 21,7% (DF), 15,2% (RJ) e 14,7% (SP). Por outro lado, em estados como Alagoas, Maranhão e Piauí, os valores são muito inferiores, entre 5,1% e 5,5%. O geógrafo Valnei Pereira, da FAU-USP, em sua pesquisa sobre “cidades criativas”, vai além e afirma que as cidades podem ser recriadas em função da economia criativa, mas necessitam de políticas públicas que aproveitem essas dinâmicas. Assim, o espaço urbano não é mais apenas uma “dimensão física imutável”, mas é imbuído da “nova economia cultural do espaço”.

“As nossas cidades ficaram grandes basicamente por causa da indús-



G. EVANGELISTA / OPÇÃO BRASIL IMAGENS

**Exemplo da mistura entre a arte e o espaço urbano**

tria, que é uma atividade que está se acabando, obrigando muitas delas a se reinventar no século XXI. Tecnologia e capital tornaram-se fáceis de ser transferidos e o que agrega valor a uma mercadoria não é mais a produção em si, mas o conceito das coisas”, analisa o economista André Urani, pesquisador do Instituto de Estudos do Trabalho e Sociedade. Mas é preciso ter cuidados redobrados. “Deve-se superar o aparato ideológico institucional e político das oligarquias e investir num modelo voltado para as pequenas empresas e oferta de serviços, que absorvam a criatividade nos processos produtivos, o modelo de um ‘setor quinquário’”, avisa. No Rio de Janeiro, os Jogos Olímpicos de 2016 fazem parte de um grande mo-

vimento de recuperação da cidade pela via da economia criativa, nos moldes do conceito de “cidades criativas”. “Mas é preciso uma nova dinâmica que ponha os projetos a favor das cidades, e não ao contrário. É necessário ir além da criação de infraestruturas para reforçar um modelo de governança compartilhado e um arranjo institucional que favoreça a sociedade civil, fortaleça as instituições”, avalia Ana. “A criatividade impulsiona a busca de novos arranjos de governança entre público, privado e sociedade civil; levanta formas alternativas de financiamento, mais voltados ao capital de conhecimento do que às garantias físicas; traz inovações na gestão da cidade; e, por fim, engendra modelos colaborativos nos quais todos ganham, em vez de competitivos, nos quais um ganha no curto prazo e todos perdem”, observa a pesquisadora. ■