



II ENCONTRO DE ESTUDOS MULTIDISCIPLINARES EM CULTURA

Trabalho apresentado no II ENECULT - Encontro de Estudos Multidisciplinares em Cultura, realizado de 03 a 05 de maio de 2006, na Faculdade de Comunicação/UFBa, Salvador-Bahia-Brasil.

ECONOMIA CRIATIVA E EMPREENDEDORISMO CULTURAL

Lala Deheinzelin¹

Resumo

A Economia Criativa é uma das principais estratégias de desenvolvimento para o século XXI e, neste contexto, o Brasil tem um papel estratégico ao ampliar o conceito, incorporando as dimensões do desenvolvimento, inclusão social, uso de saberes e fazeres tradicionais. Visando identificar práticas e conceitos que fomentem sua implantação e o empreendedorismo cultural, criamos uma metodologia cujo resultado queremos compartilhar. A partir de entrevistas realizadas em Encontros com Empreendedores Culturais que tenham “sucesso sustentável”² vamos ver como construíram sua obra e empreendimentos e lidam com seus desafios, para então levantar quês soluções comuns podemos encontrar para problemas comuns ao setor da economia criativa e verificar se é possível desenhar um perfil das características do empreendedor cultural.

Palavras Chave: Economia Criativa; Empreendedorismo cultural; Transversalidade da cultura; Organização setorial ; Novos modelos

CULTURA E TRANSVERSALIDADE

O conceito de cultura a partir do qual estruturamos a proposta, cujos resultados pretendemos apresentar em primeira mão, está mais próximo do conceito antropológico que tem guiado todo o pensamento e ação nesta área: cultura como um conjunto de características distintas, espirituais, materiais, intelectuais e afetivas que caracterizam uma sociedade ou grupo social. Abarca, além das artes e das letras, os modos de vida, os sistemas de valores, as tradições e as crenças .

Tal definição traz um desconforto: então, cultura é tudo? Quase, e aqui reside em grande parte sua importância: a compartimentalização que caracteriza nossa sociedade

¹ Lala (lala@entusiasmo.com.br) é empreendedora cultural (consultoria , produção e direção artística), especializada em Cultura e Desenvolvimento, através de sua empresa, Entusiasmo Cultural. Vice Presidente Executiva do Instituto Pensarte, Superintendente Cultural do Núcleo de Estudos do Futuro da PUC , SP.

² Para melhor compreensão deste conceito, vide Critérios , mais adiante.

exige um contraponto e a cultura tem esse papel por sua ação transversal, unindo e integrando processos e conhecimento.

Do ponto de vista operacional, como vamos então trabalhar com cultura, definir sua abrangência e quem seriam nossos convidados? Como precisamos algo muito simples, propomos que cultura seja aquilo que constrói- e transforma – mentalidades e hábitos, e nossos empreendedores culturais são partícipes deste processo.

Processo que ganha mais força na medida em que está inserido dentro de um processo maior, um conceito novo que vem ganhando força como estratégia de desenvolvimento neste início de século XXI: a Economia Criativa.

Porém tanto os governos quanto os setores envolvidos diretamente com Economia Criativa têm pouca noção do enorme poder e potencial de seus instrumentos e tampouco possuem uma mentalidade voltada para a ação transversal e integrada. Seguem na mesmice, brigando pelos poucos e poucos espaços e recursos, numa concepção de cultura que ainda é do século XIX, com seus museus, salões, saraus e teatros, ocupados por e para uma elite, funcionando algumas horas por dia, poucos dias na semana.

O que se verifica é portanto a necessidade urgente de inovar, antes de mais nada buscando resultados reais – e não meros paliativos de momento, ações tampão que agradam a uns e outros e não deixam resíduo. Estes resultados são alcançados através de processos indutivos, onde Estado e instituições vinculadas ao fomento do desenvolvimento funcionam como proponentes e motores de inovação, provocando o necessário movimento de transformação no setor cultural – que também se dá através de processos, em médio prazo, e não de eventos isolados.

Inovação necessária porque o quebra cabeças do desenvolvimento sustentável e humano não se completa, pois as peças do jogo são insuficientes e não se encaixam. Reagrupar de várias maneiras as políticas (ou politicagens ?) culturais existentes e os fracos e desarticulados atores sociais envolvidos nesta dinâmica, não resulta. É preciso criar novas peças neste jogo: novas idéias, novas dinâmicas, novas formas de relação de poder. Uma tarefa longa e difícil, que já está começando de forma incipiente mas deve ser estimulada e reforçada.

ECONOMIA CRIATIVA – NECESSIDADE DE UM MODELO INCLUSIVO

O momento fascinante em que vivemos se caracteriza por uma palavra que ainda não foi posta em prática em nossa história, principalmente por falta de instrumentos: a

inclusão. Inclusão necessária num período onde paradoxalmente existem recursos, conhecimentos e pessoas para fazer do mundo aquilo que sonhamos e merecemos, porém o que falta é vontade política, decisão, escolha.

Se, de acordo com a definição do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento, *desenvolvimento é o processo de ampliação de escolhas* (o que faz ainda mais sentido numa perspectiva quântica) criamos novos mundos à medida em que criamos mais possibilidades de escolha. Para haver inclusão é portanto necessária a ampliação de escolhas.

Porém inclusão não é fácil, uma vez que pressupõe algumas premissas que ainda não dominamos: mais do que identidade é necessário trabalhar com a alteridade – a percepção do outro, a consciência de que a polaridade, mais do que provocar conflitos é quem provoca evolução. Afinal, como dizia Darwin, “das diferenças vem a evolução”. Necessitamos – no mínimo - duas pernas para andar, dois pontos de vista para compreender, dois hemisférios para integrar um planeta e a humanidade.

Assim como as pernas não competem mas cooperam e com isso caminhamos (conscientes de que andar é um constante re- equilibrar-se) é fundamental que os hemisférios percebam que devem cooperar e que esta cooperação só é possível se cada um tiver sua identidade e características. Tentar caminhar com duas pernas direitas é certeza de cair. Adotar modelos únicos também é certeza de queda, não de evolução.

Neste sentido iniciativas como a do recente Simpósio sobre Indústria Criativa realizado em Xangai,³ numa parceria da cidade com o South South Cooperation Unit da ONU, são fundamentais, pois deixam claras as diferenças e a complementaridade entre as visões e estratégias de cada hemisfério.

O Sul pode e deve adotar parte das metodologias desenvolvidas pelo norte nas quais é carente, como planejamento, mensuração, trabalhar por evidência. Porém são metodologias que não devem ser adotadas como modelos únicos pois foram construídas para outras realidades. Realidades onde a necessidade de inclusão social não é uma premissa; onde não existe tanta diversidade cultural, diversidade de conhecimentos e técnicas tradicionais. Portanto, realidades onde a massificação e homogeneização têm impactos menos danosos.

Para o Sul, a necessidade de inclusão social é a primeira premissa, inclusive para poder formar mercados. O melhor “consumidor” é aquele que está vivo e com recursos, materiais e culturais, suficientes para permitir escolhas.

³ Dezembro 2005. Participei como consultora responsável pelo desenvolvimento do projeto do Centro Internacional de Economia Criativa, que será sediado em Salvador.

No caso da Economia Criativa é fundamental que cada “perna”/hemisfério tenha sua característica e função complementar. O Norte tem história, tradição, que resulta em habilidade de planejar, mensurar, coletar evidência, normatizar. Sua Economia Criativa nasce ordenadamente, como um jardim, onde o estado é o principal jardineiro.

O Sul não tem tradição nem suporte, porém tem imensa riqueza de recursos naturais, humanos e culturais, frutos da diversidade que compõe a maioria de seus países. A Economia Criativa aqui cresce geralmente sem jardineiro (China é exceção) pois a inconstância e leviandade do Estado geralmente fazem com que sua credibilidade e atuação sejam muito pequenas. Crescemos como uma selva desordenada, inexplorada nos seus potenciais. Sem o Estado, quem sobrevive é o mais forte: as grandes corporações a Indústria Criativa de massa.

Uma estratégia que atende a necessidade de países que tem uma história mais antiga implica numa Economia Criativa baseada em forças econômicas originárias do século XIX e metade do XX: a indústria, os direitos autorais, a mídia de massa.

Porém, o Sul passa muitas vezes direto para um novo tipo de economia, onde a principal alavanca é a economia da experiência e as novas metodologias e oportunidades que surgem da cultura associada ao terceiro setor. Economia onde a inclusão social é causa (não consequência) de crescimento econômico, o que faz com que seja percebida como prioridade.

O atraso do Sul pode ser sua vantagem, uma vez que ele pode passar direto ao século XXI, evitando foco em males do século XX como indústrias homogeneizantes e de monopólio. Para nós do Sul a Economia Criativa do século XXI estará ligada ao cuidar e aprimorar, que será a maior gerador de trabalho e renda neste século. Exemplo disso é o enorme campo da arte cidadania. Campo vasto que inclui arte pública, reabilitação social, direitos, arte educação, educação complementar. Só esta última desempenha enorme papel: verifica-se que, através das linguagens artísticas, os conteúdos programáticos podem ser de fato compreendidos por crianças e jovens, muitas vezes ainda analfabetos funcionais depois de anos de escola.

Economia Criativa que brota através das inúmeras, fascinantes e inovadoras experiências oriundas do terceiro setor. Economia Criativa que vem do uso de conhecimentos e técnicas tradicionais na construção de linguagens contemporâneas. Economia Criativa como fator de soberania. Economia Criativa como fator de integração de setores por seu caráter transversal, sendo o único setor que pode cumprir esta necessária e complexa tarefa.

Economia Criativa que preserva e multiplica a diversidade cultural pois cria modelos e estruturas de trabalho que a favorecem. Economia Criativa que propõe formas inovadoras de financiamento e produção, de caráter alternativo e solidário, pois os modelos de mercado do século XX não servirão para o século XXI.

É preciso ser criativo também na forma de gerenciar a economia criativa. Criativo na hora de criar parâmetros e métodos de pesquisa e mensuração capazes de abarcar a multidimensionalidade da Economia Criativa do século XXI, cuja estrutura de produção e difusão não é em forma de cadeia, mas sim de rede: interdependente, multifacetada, transversal. Nossos indicadores não podem ser como uma régua bidimensional tentando medir litros tridimensionais. Criativos para ver como mensurar e incorporar o mercado informal, provavelmente maior que o outro.

E, sobretudo, criativos na busca da melhor maneira de conscientizar nossas lideranças – governamentais e empresariais - do tesouro potencial que deixam escorrer entre os dedos. Tesouro que é estratégia para desenvolvimento humano e sustentável e não apenas para crescimento econômico.

EMPREENDEDORISMO CULTURAL

Além do pontos acima levantados, no Brasil a Economia Criativa tem especial importância pois, apesar do país ter na cultura uma de suas maiores riquezas, não sabemos ainda como transformar esta riqueza potencial em riqueza econômica e social.

Um dos fatores que contribui para isso é um grande desconhecimento – e até um certo preconceito – entre o mundo da cultura e o mundo dos negócios, o que impede o contato maior entre estes mundos, tão necessário quanto benéfico para ambos, desde que feito de forma ética e sustentável.

Outro fator é que, apesar de ser uma das áreas com maior potencial de crescimento na geração de trabalho e renda, “viver de cultura” é uma realidade para poucos e este é um setor que - apesar de fundamental para o desenvolvimento - ainda tem pouca representatividade.

Isso se deve em parte pelo fato dos empreendedores culturais raramente buscarem os pontos de convergência que existem entre as várias linguagens. Trabalhamos baseados em nossas diferenças e não nas semelhanças.

Porém, percebe-se que os problemas enfrentados são em geral comuns: dificuldade de distribuição, necessidade constante de visibilidade, dificuldade de manter continuidade, falta de credibilidade .

Nossa tese é que problemas comuns podem ter soluções comuns. Ao identificar as soluções encontradas por empreendedores culturais de sucesso podemos elencar um conjunto de estratégias que, acreditamos, podem favorecer o empreendedorismo e o desenvolvimento ao serem aplicadas tanto às várias linguagens da cultura quanto a outros setores da sociedade e empresariais .

Para atuar num mundo em constante transformação e com graus crescentes de complexidade são necessários alguns dos ingredientes que estão na essência do “Empreender Cultural “como cooperação, criatividade, adaptabilidade, ampliação do conceito de recursos para além do financeiro, novos modelos de gestão e organização de trabalho.

PROCESSO

- 1) A primeira etapa é a elaboração de um questionário que norteia as entrevistas e serve como base para comparar os resultados e extrair a “metodologia”: as soluções comuns encontradas. Este questionário é encaminhado de antemão para as pessoas que serão entrevistadas, que podem complementá-lo, se desejarem.
- 2) Em seguida temos uma série de cinco encontros semanais (vide programação abaixo) , reunindo duas pessoas de áreas diferentes, para dinamizar o encontro e enfatizar a semelhança de problemas e soluções entre áreas diferentes.
- 3) Além do público comum, os encontros atendem a um público bastante amplo e multidisciplinar: estudantes, pessoas que atuam ou se interessam por questões como: cultura, visão de futuro, empreendedorismo, políticas culturais, inovação, novas oportunidades de trabalho e renda. Porém, focamos naqueles cujos interesses tem interface com o tema: produção e gestão cultural; linguagens artísticas (cinema, teatro, design, música, etc); publicidade e marketing; administração e que assistem à toda a série de Encontros. Este grupo terá um encontro exclusivo, onde serão debatidos os principais pontos levantados ao longo dos depoimentos e discutidos que tipo de desdobramentos eles provocam naqueles que agora estão começando carreira .
- 4) Os Encontros são gravados em vídeo e transcritos e este material é trabalhado na busca dos pontos de convergência que possam orientar a criação de metodologia para o desenvolvimento do empreendedorismo cultural. Entre eles:
 - Soluções encontradas pelos empreendedores culturais e que possam ser aplicadas a outras áreas da economia criativa.

- Características comuns que possam ser identificadas entre os participantes , buscando uma espécie de perfil do empreendedor cultural
 - Como se dá o exercício da transversalidade: sabemos que ela é necessária, porém ainda não sabemos como praticá-la.
 - Formas de gestão e relações de trabalho inovadoras
 - Fluxo e interdependência dentro da Espiral da Economia Criativa ⁴
 - Como manter qualidade sem ferir princípios éticos
 - Que perfil de profissional é necessário para atuação na Economia Criativa
- 5) Esta fase se encerra com a possibilidade de no futuro gerar os seguintes subprodutos:
- Primeira análise dos resultados obtidos, resultando na proposta hora apresentada.
 - Aprofundamento, gerando uma metodologia para ser aplicada em projetos e estratégias culturais e que também subsidia a inovação em outros setores.
 - Uma publicação, resultante do resumo e interpretação do material compilado.
 - A interação dos participantes pode também fomentar sua articulação e a eventual participação em processos ligados à Cultura e Economia Criativa.

CRITÉRIOS

Quem são nossos empreendedores culturais de sucesso ? Lembrando que para nós cultura é aquilo que constrói e transforma mentalidades e hábitos, o perfil de “empreendedor cultural de sucesso sustentável” que temos em mente é aquele que atende a vários dos critérios abaixo :

- Qualidade Artística/ cultural
- Amplia o conceito do que é cultura e sua importância/ abrangência
- Brasilidade
- Alia qualidade artística com boa gestão
- Tem atuação multidisciplinar
- Tem atuação independente
- Tem um trabalho que alavanca o trabalho de outros
- É de porte médio ou pequeno
- Tem um histórico de longevidade

⁴ Vide diagrama no item questões., atual, número 9 .

- Tem sua sustentabilidade garantida sem prejuízo dos ideais que norteiam sua obra
- Trabalha com novos modelos de relações de trabalho/ comerciais

ENTREVISTADOS E SEUS TEMAS

13 de março -

Abertura: Economia Criativa e desenvolvimento : Global e Local

- Francisco Simplício, Chief, Division for Knowledge Management and Operations, Special Unit for South – South Cooperation, ONU. **Economia Criativa como Estratégia de Desenvolvimento para o Sul.**
- Ruy César Silva, diretor da Casa Via Magia, criador e coordenador do Mercado Cultural/Salvador e Conselheiro do Fórum Cultural Mundial. **Novos Modelos de Gestão e Produção Cultural, a experiência do Mercado Cultural.**

14 de março

Da comunidade à rede: a construção de alternativas.

- Benjamin Taubkin: Núcleo Contemporâneo de Música, curador do Mercado Cultural, compositor. **Redes e circuitos independentes – uma corrente sem elos fracos.**
- Mauro Munhoz: arquiteto e urbanista, criador da Festa Literária Internacional de Paraty e diretor da Associação Casa Azul. **Comunidade e Cultura - a cidade como espaço mediador.**

21 de março

Linguagem audio visual: construindo novos territórios

- Zita Carvalhosa: Super Fimes, Associação Cultural Kinofórum, Festival Internacional de Curtas. **Cinema: produção e intercâmbio – a verdadeira ponte global.**
- Gabriel Priolli: presidente da TAL, televisão da América Latina, jornalista. **Televisão: novos formatos de produção e distribuição – mídia de massa também gera inovação.**

28 de março

Arte e cidadania: a relação que transforma

- Márrika Gidali, Diretora Fundadora do Ballet Stagium. **Escola, sociedade e criação – trabalhando o humano através de sua essência: criatividade.**

- Wellington Nogueira: Fundador e Coordenador Geral do Doutores da Alegria.
Cultura e Terceiro Setor – inovando na teoria e na pratica.

04 de abril

Espaços públicos: formação e fruição

- Adélia Borges: jornalista, especialista em design, diretora do Museu da Casa Brasileira. **Design e o papel dos equipamentos culturais – da visita passiva à experiência interativa.**
- Ronaldo Bianchi , superintendente do MAM, Museu de Arte Moderna e vice-presidente executivo do Instituto Itaú Cultural .**Gestão cultural – inovação como garantia de sustentabilidade.**

QUESTIONÁRIO :

É importante salientar que um dos objetivos básicos desta proposta é desmistificar processo criativo e o sucesso e mostrar que ambos acontecem de forma simples, no cotidiano, nas escolhas e atitudes que adotamos a cada momento.

É por isso que tanto a estrutura da propostas quanto das questões é informal, sem erudição ou complicações. Nosso objetivo é falar de assuntos complexos numa forma simples.

Parte 1 :

Introdução Lala (5 minutos)

- Breve explanação sobre economia criativa e o Brasil
- Empreendedorismo cultural
- Criatividade e inovação

Introdução convidados (10- 15 minutos cada) :

- Resumo do campo de atuação do convidado, momento em que se revela a relação do convidado com seu tema proposto .

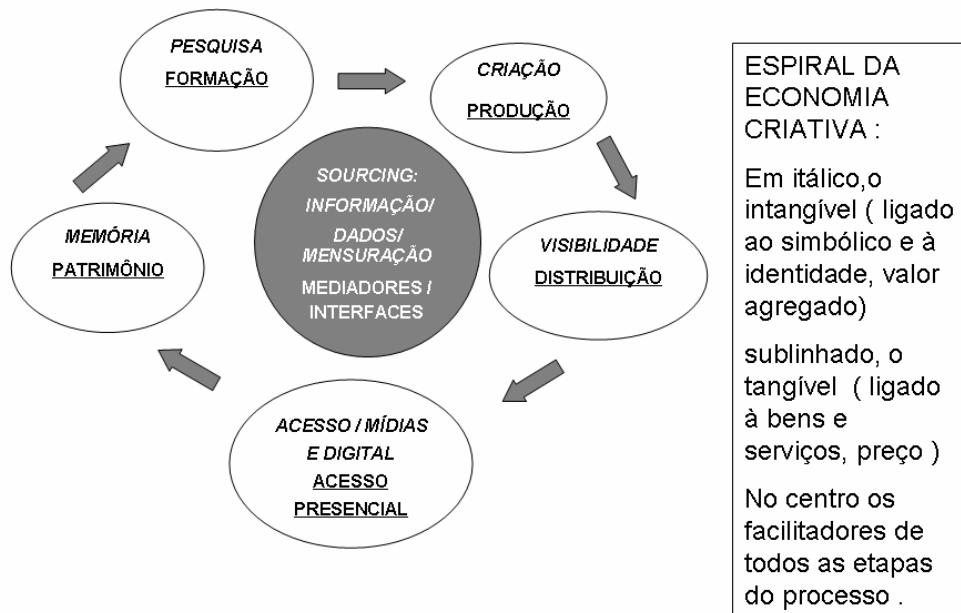
Origens :

1. Como/ em quê, você começou a trabalhar ? Fez muitas coisas diferentes além do que é o eixo do teu trabalho hoje ?
2. Porque/ como começou o trabalho que hoje é o que mais te caracteriza ?
3. Quais as principais dificuldades que enfrentou e como atravessou a difícil fase que vai até a conquista de estabilidade e reconhecimento ?
4. Teve algum modelo, referência, inspiração decisivos para sua vida, mais marcante ?

5. Lembra-se da frase “caminante, no hay caminos, se hace camino el andar”. É válida ? Você traçou um caminho e foi seguindo por ele, ou o caminhar é que te mostrou caminhos ?
6. Dá para tentar traçar uma trajetória mostrando como uma coisa foi puxando a outra no teu trabalho e levando a ampliação de atividades ?
7. Tenho a sensação que uma coisa que temos em comum é a formação multidisciplinar, interesses e estudos variados para além do campo de atuação propriamente dito. Será real esta sensação ? Na sua formação e aprendizado contínuo, existe uma variedade de disciplinas ? Estas disciplinas reforçam e complementam umas às outras ?
8. Que habilidades você tem que considera que são aquelas que fazem diferença , contribuem para que você seja o que é , ou, em outras palavras, que características pessoais considera chave para a realização do seu trabalho ?
9. Como você preserva a qualidade de teu trabalho ? Algum tipo de concessão possível ou necessária ?
10. O que te move, te faz acordar de manhã e tocar a vida adiante ?
11. Algum tipo de prática constante mantém seu equilíbrio?
12. Algum tipo de crença (religiosa ou não) te norteia e suporta ?

Atual :

1. Como está organizada a tua estrutura de trabalho: o delegar/compartilhar responsabilidades, a articulação entre as várias esferas de sua vida profissional?
2. Faz planejamento estratégico, metas, enfim, usa estas ferramentas de gestão que são ensinadas em todo canto?
3. Qual o perfil dos profissionais com quem trabalha? São todos de uma mesma área? Se são de várias área, quais ? Que qualidades ou competências busca nas pessoas com quem trabalha ?
4. Qual o perfil do profissional que gostaria de ter, mas não encontra ?
5. Como torna visíveis suas ações? O equilíbrio entre o” botar o ovo e o cantar” ?
6. Alguma característica do seu método ou ambiente de trabalho que considera chaves para o seu “sucesso sustentável”?
7. Alguma técnica de administração de tempo, para o quê dizer sim, para o quê dizer não?
8. Tenho proposto um esboço de espiral da Economia Criativa (conceito compartilhado com Ana Carla Fonseca Reis) , que é mais ou menos assim:



Alguma etapa a acrescentar ou alterar nesse modelo ?

9. As atividades do teu dia a dia abrangem ou estão relacionadas com estas 5 etapas ou só com algumas ?
10. Quais ,para você, são as etapa mais críticas (e que portanto necessitam maior atenção) neste processo ?
11. Que soluções você desenvolveu para lidar com estas etapas críticas ?
12. Acredito que seja qual for nossa linguagem, temos problemas em comum e portanto as soluções para estes problemas podem ser intercambiáveis. Isso para você faz sentido? Caso afirmativo, que soluções encontrou e gostaria de compartilhar ? (essa é a talvez nossa pergunta chave, aquela que merece atenção e tempo especial)

Futuro

1. Alguma sugestão para melhorar/ facilitar a estrutura operacional e jurídica de nossas empresas e empreendimentos ? Algum modelo alternativo no qual gostaria de operar ?
2. O que sente mais falta para poder desenvolver melhor seu trabalho ? Especificando “faltas” em relação à:
 - políticas públicas
 - organização/atividades setoriais
 - recursos físicos (espaços, equipamentos, mídias, sistemas etc)

- recursos humanos
 - sustentabilidade
3. Quais, no seu entender, são os grandes diferenciais que o Brasil possui? Aquilo que temos a oferecer ao mundo ?
 - Como “produtos”
 - Como “processos “(= jeitos de fazer)
 - Como tecnologias (num conceito amplo, já que techné é arte, habilidade)
 4. Qual, no seu entender, é o principal problema que temos e impede a plena realização de nossos potenciais ? Pensando:
 - No plano individual, pessoal
 - No plano coletivo, como setor
 - No plano macro , como sociedade
 5. Conhece experiências e exemplos de forma alternativas e/ou solidárias de empreender cultura que gostaria de indicar ?
 6. Se pudesse, magicamente (sem lógica, independente de condições realistas) fazer 3 desejos, quais seriam eles (sinteticamente):
 - para o setor criativo/cultural
 - para o país
 - para o mundo
 7. O que espera estar fazendo mais adiante, digamos daqui a cinco anos ?
 8. Algum conselho ou sugestão para aqueles que estão começando agora ?
 9. Pergunta que gostaria de responder e não foi feita ...

BIBLIOGRAFIA

- BRANT, Leonardo, *Diversidade Cultural*, Escrituras/ Instituto Pensarte, 2005
- CUÉLLAR, Javier Pérez , *Our Creative Diversity*, UNESCO Publishing, 1998
- CULTURE AND DEVELOPMENT SERIES, *Change in Continuity*, UNESCO Publishing, 2000.
- HOWKINS, John, *The Creative Economy:Developing Culture and Commerce*, UNCTAD XI, Workshop and High Level Panel on Creative Industries, 2004
- RUIJTER, Arie e TIJSEN , Lieteke van Vucht, *Cultural Dnamics and Development Processes*, UNESCO Publishing, 1995
- UN Global south- South Cooperation Creative Economy Symposium, *Back Ground Notes and Conclusions*, Shanghai, 2005