

ECONOMIA CRIATIVA , UMA VISÃO DO HEMISFÉRIO SUL

Lala Deheinzelin

Estruturo este artigo em cinco partes. Na primeira delas explico porque adoto este termo e não Indústria Criativa. Em seguida abordo alguns fatores chave na construção de políticas culturais pró desenvolvimento e quais premissas são necessárias para que estas políticas sejam eficazes. Finalizo com alguns exemplos, escolhidos pela inovação e sintonia com tendências de futuro. Optei por abordar um número maior de questões, sem detalhá-las, para que estas sirvam de material para discussões e reflexões futuras e de terceiros. É importante ressaltar que minha visão é resultado de experiência prática: sou uma "fazedora". Meu ponto de vista vem da prática, não sou pesquisadora nem especialista teórica sobre o assunto. Não pretendo nada além de compartilhar reflexões originadas pela minha experiência.

1) CULTURA, INDÚSTRIA CRIATIVA, ECONOMIA CRIATIVA

Quero inicialmente explicar porque adoto o termo Economia e não Indústria Criativa e convidá-los a adotar o mesmo termo, caso a perspectiva que os interesse seja a do Desenvolvimento. Muito se fala sobre Economia Criativa, porém ainda não se sabe bem o que ela significa... Como disse, enquanto "fazedora" sinto-me confortável para ousar um pouco e propor coisas que podem não ser condizentes com o que se tem falado a respeito até então. Atrevo-me então a propor uma série de características que podem ajudar a visualizar o que é este setor, que tem sido considerado uma grande (talvez a maior...) estratégia de desenvolvimento para o século XXI.

Economia Criativa é um conceito ainda em formação para designar um setor que inclui, porém extrapola, a Cultura e as Indústrias Criativas. Vamos então ver um pouco destes três setores e o que tem em comum.

A Cultura tem intersecções com a Indústria e a Economia Criativas, porém vai além, pois nem tudo que ela engloba pode ter um viés econômico (a não ser que se considere também economia numa perspectiva ecológica e mais abrangente, já que tem a mesma raiz: oikos, casa). Em minha opinião (desculpem-me economistas ortodoxos...) a Cultura é o setor mais abrangente, se considerarmos cultura em seu sentido antropológico e amplo (e não a confundirmos com produção artística, confusão muito comum). Neste sentido, adoro uma frase do escritor José Saramago, algo como "a Cultura é como a atmosfera: não a percebemos porque estamos imersos nela". Cunhei uma definição, curtinha e prática, do que para mim ela representa: "**Cultura é tudo aquilo que cria, e portanto transforma, mentalidades (o que pensamos) e hábitos (como fazemos)**".

Isso porque acredito que o mundo é feito de (pelo menos...) duas dimensões sobrepostas, simultâneas e interdependentes: **o mundo tangível - nosso ecossistema físico** (bastante conhecido e reconhecido) e **o mundo intangível - nosso ecossistema cultural** (ainda não reconhecido e estudado de forma integrada e sistêmica). Um depende da biodiversidade, outro da diversidade cultural. Proponho que

começamos a trabalhar com a idéia de ecossistema cultural e espero que em breve ele seja tão valorizado e estudado como tem sido o ecossistema ambiental, físico. Estou cada vez mais convencida de que para ter resultados precisamos sempre trabalhar simultaneamente os aspectos tangíveis e intangíveis de cada situação ou processo.

Indústria Criativa é tanto setor quanto conceito adotado pela maioria dos países desenvolvidos, muitas vezes inspirados no modelo (de fato pioneiro) proposto pelo Reino Unido e que tem como principal característica o fato de gerar Propriedade Intelectual (PI) e estar mais focada na produção, não englobando aspectos como distribuição e acesso. Alguns dizem que a diferença entre Indústria e Economia Criativa é o fato desta última incluir distribuição, porém ainda muito baseada em PI. Considero uma diferença demasiado sutil e que não abarca as muitas dimensões da Economia Criativa.

Economia Criativa e Desenvolvimento

Ora, se nossa perspectiva é o desenvolvimento, e por desenvolvimento entendemos o processo de ampliação de escolhas (como proposto por Amartya Sen) o que o favorece é tudo aquilo que tem caráter includente. Enquanto o atributo chave do século XX foi "exclusivo" (e PI está ligada a este atributo), espero que o atributo chave do século XXI seja "inclusivo". O que distingue a Economia Criativa, e a torna particularmente salutar do ponto de vista social e econômico, é justamente seu caráter includente. A saber:

- Economia Criativa deve incluir amplamente os aspectos intangíveis e tangíveis presentes. A cadeia produtiva proposta pela economia (produção- distribuição- consumo), em meu entender, não inclui etapas fundamentais e mais ligadas ao intangível, como a formação e a gestão de conhecimento (ou sistematização de informações e práticas). Assim, precisamos um outro modelo, includente. Tenho trabalhado com a idéia de Cadeia Integrada (não Cadeia Produtiva) da Economia Criativa.
- Esta **Cadeia Integrada da Economia Criativa** engloba todas as etapas do processo criativo: **formação, criação, produção, distribuição, acesso, gestão de conhecimento e memória**. Cabe ressaltar que quando nos referimos a *processo* estamos falando de algo maior que *processamento*, sendo este último um termo mais adequado para quando nos referimos a cadeias produtivas e a Indústria (ex: o processamento do fio em vestuário ou da criação musical em fonograma).
- Economia Criativa não lida apenas com produtos, mas com processos, assim sendo permite maior sinergia e transversalidade, tão necessários num mundo onde todos os setores, apesar de interdependentes, ainda não possuem mecanismos para atuação integrada.
- Distribuição, acesso e gestão de conhecimento, são áreas chave na Economia Criativa, por serem áreas altamente estratégicas, pois quem detém seu controle, detém o controle da cultura (= formação/transformação de mentalidades e hábitos).
- A Economia Criativa promove maiores oportunidades de geração de trabalho e renda, dadas as suas características, com o benefício extra de estar associada à inclusão e responsabilidade social. Acredito que, assim como o século XX foi o século da imagem, o século XXI será o século do "cuidar". Assim, o fascinante universo representado pela interface com o terceiro setor (ONGs, sociedade civil organizada) oferece múltiplas oportunidades e alto grau de inovação.

- A Economia Criativa favorece a diversidade cultural ao incluir o uso de conhecimentos e técnicas tradicionais numa perspectiva contemporânea. Esse é um aspecto fundamental para países em desenvolvimento, já que nós temos geralmente enormes recursos culturais ainda pouco aproveitados. São saberes e fazeres originários das várias etnias que nos compõem, de nossas práticas tradicionais e (algo novo e muito rico) de todas as populações periféricas que, nas adaptações exigidas por seu cotidiano, desenvolvem práticas criativas e organizacionais inovadoras.
- A Economia Criativa tem um largo espectro de formas de organização: do mercado informal, pequenas e micro empresas até grandes corporações multinacionais. Incluir estes vários níveis organizacionais não apenas é necessário (impossível desconsiderar o enorme volume da informalidade e o papel das MPEs) como conduz a novos modelos organizacionais mais adequados à sociedade e economia do futuro, como economia solidária, cooperativismo, gestão compartilhada.
- A Economia Criativa, por sua multidimensionalidade, é um fator de integração de setores e dimensões da sociedade. Essa integração é fundamental para que mudanças realmente profundas possam ser efetuadas e para obter maior eficiência. O desperdício de recursos, tempo e credibilidade causado pela falta de atuação articulada é um dos fatores mais nefastos na condução de processos de desenvolvimento.
- A Economia Criativa não está necessariamente ligada a geração de Propriedade Intelectual, mesmo porque este é um conceito que requer alterações profundas. Enquanto ele fazia sentido no século XX, deixa cada vez mais de fazer sentido no XXI, num cenário de convergência tecnológica, de criações baseadas em outras criações, de intenso compartilhamento de conteúdos. Um cenário que exige um equilíbrio mais racional entre os direitos do autor e os direitos da sociedade e onde é preciso atenção para áreas fortes da Economia Criativa (como o artesanato), que tem duplo papel, econômico e social, e não geram PI.

Em síntese, **o grande diferencial da Economia Criativa é que ela promove desenvolvimento sustentável e humano e não mero crescimento econômico.** Todas as características acima permitem que, ao promover a inclusão de segmentos periféricos da população mundial, ela também **forme mercados.** Afinal, não é mais possível só brigar por fatias de um mercado que engloba apenas 30 a 40% da população mundial. É preciso fazer com que os 60 a 70% restantes adquiram cidadania de fato, conquistando – entre outros papéis mais importantes – também seu papel como consumidor.

Uma vez esclarecido o porquê da adoção do termo Economia Criativa (e não Indústria) passo para uma breve exposição de características atuais da política cultural no Brasil para logo em seguida partir para uma visão de futuro (compartilhável com outros países), que é o que mais me interessa. Afinal, a realidade deve ser ponto de partida, não de chegada. E, como diz Peter Drucker, “a melhor maneira de prever o futuro é criá-lo”.

2) BRASIL E POLÍTICAS CULTURAIS

"O povo sabe o que quer, mas também quer o que não sabe"

Primeiramente, vejamos algumas características das políticas culturais no Brasil.

O fato de, nos anos 70/80, termos saído de uma ditadura política para uma "ditadura de mercado" causada pela liberalização, fez com que nunca tivéssemos gestores culturais propriamente ditos. O resultado é que ainda confundimos produtores culturais com gestores e incentivo fiscal para cultura com política cultural. Apenas nos últimos anos isso começa a mudar, com a intensificação da formação específica para gestores e a profissionalização da gestão cultural tanto em nível governamental quanto empresarial.

Uma situação gravíssima que enfrentamos é a falta de credibilidade nos governos (salvo raras exceções), uma conseqüência séria das sucessivas mudanças políticas mal administradas. A cada mudança governamental ocorrem mudanças até o quarto ou quinto escalão. Assim não existe continuidade nos processos, nem gestão dos conhecimentos acumulados. Além do gigantesco desperdício, eis alguns resultados:

- Maiores dificuldades em estabelecer parcerias público – privadas. Esta dificuldade é agravada pela extrema burocracia brasileira, por sua vez originária de tentativas de conter a corrupção (que muitas vezes acabam tendo efeito contrário, pois quase obrigam a busca de mecanismos ilegais para conseguir viabilizar o que deve ser feito).
- A sociedade civil organizada assume grande papel como agente de desenvolvimento e mais recentemente as empresas também começam a ficar mais cientes de sua relação de interdependência com a comunidade, portanto de seu dever para com ela.

Um fenômeno muito bem vindo e salutar é a mudança de foco dos grandes centros para a "periferia". A necessidade e a cooperação fazem com que daí surjam as experiências mais inovadoras, criativas e com formas de gestão que podem constituir modelos para o futuro.

Onde estávamos e para onde vamos

Fazendo um comparativo entre o que acontecia no passado e o que se espera do futuro chegamos ao quadro abaixo, auto explicativo. Aprofundar-se nas questões levantadas em cada linha não é o objetivo deste artigo, que visa dar uma visão geral do tema e propor algumas estratégias para lidar com ele.

POLÍTICAS CULTURAIS - COMPARATIVO

| | PASSADO | FUTURO |
|--------------|--|--|
| PÚBLICO ALVO | Empreendedores Culturais | Comunidade |
| COMO | Eventos | Processos |
| RELAÇÃO | Passiva | Ativa |
| RECURSOS | Pulverizados para atender demanda | Foco em ações planejadas |
| SELEÇÃO | Influência/ atende interesses pessoais e partidários | Critérios/ atende interesses da comunidade |
| RESULTADO | Efêmero, paliativo | Deixa resíduos, gera desdobramentos |
| GESTÃO | Alta rotatividade, empreguismo | Profissionalizada, especialistas |
| PLANEJAMENTO | Por demanda, escolhas pessoais | Segue plano gestor democrático |

| | | |
|-------------|--|--|
| TEMPO | Descontínuo: tempo da gestão | Continuidade, segue o Plano proposto |
| ARTICULAÇÃO | Não há, por falta de credibilidade, mediadores e métodos transversais | Credibilidade e mediadores permitem ação transversal e articulada |
| AÇÃO | Reativa, atendendo a demandas e portando não é estruturante | Indutiva, portanto gera inovação e sustentabilidade |
| OTIMIZAÇÃO | Infrutífero, alto grau de desperdício de recursos e conhecimento gerados | Sistematização permite multiplicação de recursos e de práticas de sucesso. |

Gestão Gilberto Gil

Sinteticamente, gostaria de destacar os seguintes avanços:

Mudanças conceituais fundamentais na gestão de Gilberto Gil:

- O Ministério deixou de ser um “Ministério das Artes” para ser efetivamente da Cultura, numa visão mais abrangente.
- Seu foco de atuação também mudou: deixa de atender principalmente aos interesses de artistas e empreendedores culturais para atender aos interesses da comunidade (da mesma forma que um Ministério da Saúde não tem médicos como foco...).

Cultura tornou-se direito constitucional, após aprovação de emenda constitucional em agosto de 2005. Para que este direito seja garantido estão sendo criados:

- Sistema Nacional de Cultura (SNC) – Viabiliza a instituição de políticas culturais verdadeiramente abrangentes pois integra as instâncias estaduais e municipais ao Sistema Federal de Cultura, que por sua vez articula as várias instituições vinculadas ao Ministério da Cultura, as quais funcionavam muitas vezes de forma isolada.¹
- Plano Nacional de Cultura (PNC), plurianual, que faz com que a Cultura seja questão de estado. Isso é excelente, pois deixa de ser questão de governo e portanto sujeitas às (demasiadas) oscilações a cada mudança de governo. A prática comum, até então, é que cada novo governo (nas esferas municipal, estadual e federal) não dá continuidade aos trabalhos do anterior e em geral desmonta o que foi construído. Esse Plano está sendo construído democraticamente, pela sociedade civil, através de conferências municipais, estaduais e federais.
- Conselho Nacional de Cultura (CNC), reunindo gestores públicos e representantes da sociedade civil como o órgão que subsidia e supervisiona a criação e aplicação do PNC e o funcionamento do SNC.

O Programa que mais merece destaque é o **Cultura Viva**², concebido como uma rede orgânica de criação e gestão cultural, mediado pelos **Pontos de Cultura**, sua principal ação. A implantação do programa prevê um processo contínuo e dinâmico e seu desenvolvimento é semelhante ao de um organismo vivo, que se articula com organizações da sociedade civil pré-existentes. Em lugar de determinar (ou impor) ações e condutas locais, o programa estimula a criatividade, potencializando desejos e criando situações de encantamento social. Tem como missão resgatar, incentivar e preservar a cultura brasileira, com especial atenção para as manifestações que ocorrem longe dos grandes centros.

¹ http://www.cultura.gov.br/programas_e_acoes/gestao_da_politica_de_cultura/sistema_nacional_de_cultura

² http://www.cultura.gov.br/programas_e_acoes/cultura_viva e http://www.cultura.gov.br/sys/skins/cultura_viva_capa/img/cartilha_cultura_viva_pt-br.pdf

- Atua em várias frentes, a partir dos Pontos de Cultura: Agentes Cultura Viva (primeiro emprego para jovens), Cultura Digital (ferramenta que integra todos os projetos), Escola Viva (interface entre os Pontos e as escolas da comunidade) e Griôs (valorização dos saberes tradicionais).
- Os Pontos de Cultura são resultado de parcerias entre organizações da sociedade civil e o Ministério da Cultura e a idéia do governo é, em vez de utilizar verbas para iniciar novos projetos, destinar recursos para atividades já em andamento. As demais atividades se originam nos Pontos de Cultura, que se integram em rede através de equipamentos de informática e audiovisuais recebidos pelas instituições selecionadas.
- A formação da rede serve como base para alcançar o objetivo de todo o Programa - tornar os Pontos auto-sustentáveis, o que é reforçado através de uma relação muito interessante entre estes Pontos de Cultura e formas de gestão ligadas à Economia Solidária.

3) FATORES CHAVES

Comparando experiências e visões de vários empreendedores culturais de sucesso, conclui que existem alguns fatores chave para formulação de políticas culturais que favoreçam o desenvolvimento, sobretudo aquele que vem através da Economia Criativa. Ressalto novamente que serão apresentados de forma sintética, indicativa.

Tecnologias para o Intangível: tecnologias culturais

Prefiro considerar que estamos na era da Criatividade não na Era da Informação, pois está cada vez mais claro que não basta apenas a informação, é preciso saber como acessá-la e como compreender e criar a partir dela. Este momento caracteriza-se por uma crescente virtualização e pela maior valorização de tudo que é intangível, um momento que requer tecnologias também intangíveis, imateriais. Chamo-as de "tecnologias culturais", pois trabalham mudança de mentalidade, hábitos, relacionamento e valores.

Estas tecnologias tornam-se ainda mais necessárias num contexto em que a Economia da Experiência ganha cada vez mais espaço como componente econômico. A Economia da Experiência propõe que, depois de matéria prima, produtos e serviços, agora é a vez da experiência, principalmente experiência que leve a transformação, como fator que movimenta negócios.

Fluxo

A natureza já nos demonstra que fluxo é garantia de saúde e onde existe estagnação surge a doença. Além disso, se a Economia Criativa é estratégica, a chave de seu controle está na distribuição e acessibilidade, razão pela qual estas áreas devem ser vistas como um núcleo de peso. É fundamental fomentar as várias formas possíveis de distribuição e circulação de conhecimento, produtos serviços e pessoas. Algumas ações que favorecem este fluxo:

- Capacitação de profissionais mediadores, com formação multidisciplinar, que possam exercer a função de interface entre as várias etapas que compõem a Cadeia Integrada da Economia Criativa: formação, criação, produção, distribuição, acesso, gestão de conhecimento e memória.
- Constituição de redes que favoreçam e otimizem estas várias etapas.
- Centros que exerçam a função de “hub” recebendo e distribuindo informações e produtos.
- Circuitos de distribuição e intercâmbios realizados de forma alternativa, com base em princípios de economia solidária: permuta, hospedagem solidária, intercâmbio de habilidades como “moeda” de troca.
- Circuitos de distribuição e centros de inteligência utilizando estruturas pré existentes, como escolas e universidades.

Visibilidade

Num mundo com brutal quantidade de informações, como o nosso, é estratégico saber quem faz o quê, aonde e como. Algumas sugestões para isso:

- Bancos de dados (sourcing) que permitam acesso a estas informações, bilíngüe e abrangendo as várias etapas do Ciclo de Desenvolvimento da Economia Criativa.
- Criação de veículos independentes e alternativos, como alternativa aos (muitas vezes inacessíveis) veículos de massa. Um exemplo genial é O Forninho, jornal de atividades culturais do estado do Espírito Santo, impresso em sacos de pão e, portanto distribuído em padarias.³
- Intensificar uso de novas mídias e novas tecnologias, de fácil uso e baixo custo. Estas também se prestam às tendências de futuro onde temos a “Personal Mídia” (onde a pessoa escolhe o quê, e como quer receber informação) como contraponto à Mídia de Massa.
- É importante também sensibilizar a mídia sobre seu papel na formação (ou deformação...) de mentalidades, hábitos e públicos. Depois é preciso gerar conteúdos para alimentar a mídia, evitando visões deturpadas originárias da hegemonia de fontes, geralmente vindas de umas poucas agências de notícias.

Articulação

- Projetos articuladores, sistêmicos, onde a cultura desempenha seu papel transversal, integrando empreendedores criativos, setores privados e públicos.
- Ampliar o capital social, desenvolvendo a organização do setor e o associativismo.
- Para isto é importante trabalhar na busca de soluções comuns para problemas que são comuns às várias áreas que integram a Economia Criativa, evitando ênfase demasiada em suas diferenças.
- Tendo em vista a existência de um “ecossistema cultural” interdependente com o ecossistema físico, é importante incluir aspectos culturais, intangíveis, nos programas e certificações ligados à desenvolvimento sustentável e responsabilidade social corporativa.

4) PREMISSAS E NECESSIDADES

³ <http://www.forninho.com.br>

Qual o ambiente e as condições necessárias para que a Economia Criativa possa de fato promover desenvolvimento? Boas sementes não florescem se o terreno não for propício e preparado. Cito de forma rápida, alguns ingredientes para que o “caldo criativo” seja fértil:

Transversalidade

É característica essencial da economia criativa e da cultura e portanto deveria caracterizar todos os processos a elas relativos. Porém, não encontramos circunstâncias propícias uma vez que nenhuma esfera institucional tem a estrutura transdisciplinar necessária para o exercício desta transversalidade. O resultado disso é a falta de profissionais transdisciplinares, necessários para atuar como formuladores e mediadores da economia criativa como estratégia transversal de desenvolvimento, criando um círculo vicioso.

Evidências

Esta é uma palavra adotada pelos ingleses, que acentuam a importância de se trabalhar baseados em evidências: dados, estatísticas, indicadores, resultados. Na busca de evidências é importante atentar para os seguintes aspectos:

- Cultura e criatividade são multidimensionais, incluem aspectos tangíveis e intangíveis. Utilizar os mesmos parâmetros adotados para outras áreas é como tentar medir litros com uma régua: não é possível. Precisamos desenvolver novos indicadores que também sejam multidimensionais. Isso começa no próprio cálculo da riqueza das nações, que no futuro deverá incluir recursos intangíveis como solidariedade e capital cultural.
- Para medir os resultados da economia Criativa é preciso mensurar também seu impacto. Por exemplo: quando vale a redução de violência alavancada por um processo cultural?
- Ao mensurar a amplitude da Economia Criativa, devemos incluir também suas interfaces. O que seria dos shoppings centers ou da indústria de eletrônicos sem produção audiovisual?

Ética

Eis aqui um ingrediente básico para um caldo criativo fértil. Temos facilidade em apontar a falta de ética de terceiros e dificuldade em reconhecer onde ela pode estar presente em pequenas atitudes e corrupções de nosso próprio cotidiano. E, principalmente, para que a ética possa ser praticada é preciso mudar o ponto de vista em relação à política. Confundimos politagem (em defesa dos interesses de poucos) com política de fato, aquela que tem na “polis” (palavra que designa diversidade) a sua origem de mecanismo para defender os interesses de muitos. Nem ética nem política verdadeira são possíveis num ambiente onde a impunidade é a regra, e o resultado é mais incompetência e desperdício.

Inovação

É preciso inovar em dois campos: o dos negócios criativos e da criatividade nos negócios.

- Novos negócios criativos. Inovando nas aplicações, formato, público e linguagem. Para que essa inovação seja possível é necessário fomentá-la através de editais de suporte ao desenvolvimento de novas idéias; capacitação para formatação de projetos e planos de negócios além de mais incubadoras criativas. Alguns exemplos de inovação (com ênfase na interface com terceiro setor):
 - Teatro para treinamentos de saúde pública, saneamento e segurança⁴ ;
 - Kabum! – Escola Telemar de Arte e Tecnologia oferece uma formação de qualidade em linguagem multimídia para a juventude popular urbana das grandes cidades.⁵
 - Moda artesanal, com bordados de temáticas brasileiras, feita através de cooperativas de mulheres⁶
 - Projetos partem do levantamento cultural de comunidades para criar de enciclopédias para uso didático até “resorts comunitários” que propiciam ao turista cultural a oportunidade de viver junto a comunidades para conhecê-las;⁷
 - Restauro de patrimônio histórico através da capacitação de jovens infratores em regime de liberdade assistida⁸
 - Contadores de estórias fomentando leitura⁹;
 - Design utilizando matérias primas inusitadas;¹⁰
 - Culinária a um real a receita, usando materiais normalmente desprezados;¹¹
 - Exemplos interessantíssimos de novas formas de produção musical podem ser vistos na excelente matéria “A Música fora do Eixo” de Pedro Alexandre Sanches¹²
- Criatividade nos negócios. A tendência é que tanto produtos quanto serviços tornem-se cada vez mais iguais, e sua sobrevivência vai depender de possuírem diferenciais que os distingam. Estes diferenciais vem de fatores intangíveis como: a associação com elementos culturais; a cultura da empresa; a relação da empresa com sua comunidade; formas de gestão e produção mais criativas. Neste sentido, diversidade cultural passa a ser também um fator de competitividade. Exemplos:
 - O açougue T-Bone, de Brasília (DF), possui biblioteca e promove eventos culturais, mostrando que cultura também é bom negócio para pequenas empresas.¹³

⁴ <http://www.opalco.com.br/foco.cfm?persona=materias&controle=112> ou <http://www.relacionais.org.br>

⁵ <http://www.institutotelemar.org.br/social/oficinas.asp>

⁶ http://secis.mct.gov.br/index.php?action=/content/view&cod_objeto=18303

⁷ <http://www.viamagia.org/centro>

⁸ www.comunitas.org.br/docs/comunitas_lores.pdf

⁹ <http://www.lereumaviagem.com.br>

¹⁰ <http://www.campanas.com.br/>

¹¹ <http://www.sesisp.org.br/home/destaques/alimente/alimente.html>

¹²

http://www.cultura.gov.br/foruns_de_cultura/cultura_digital/na_midia/index.php?p=14097&more=1&c=1&tb=1&pb=1

- Exemplo de grande empresa que tem seu diferencial baseado em intangíveis (valores, sustentabilidade, uso de ativos naturais tradicionais) é a empresa de cosméticos Natura¹⁴
- Clusters criativos, por exemplo, os bairros de Vila Madalena em São Paulo, Santa Tereza no Rio de Janeiro ou Jaraguá em Maceió, que se organizam como espaços surgidos pela intersecção entre arte e entretenimento com o diferencial da cara brasileira.
- O Programa Caras do Brasil, do grupo Pão de Açúcar de supermercados, que oferece produtos diferenciados com valor cultural agregado, abrindo um novo canal de vendas para as pequenas comunidades existentes no Brasil.¹⁵
- Os Doutores da Alegria trabalham com palhaços em hospitais, como atividade auxiliar em tratamentos de saúde. Sua forma de gestão e sua capacidade empreendedora são tão eficientes e criativas que eles agora capacitam executivos e assessoram empresas, nestes assuntos.¹⁶ Para dar uma idéia: de 216 grupos que tem trabalho semelhante, 180 estão no Brasil.
- Barbacena, cidade do estado de Minas Gerais, era uma cidade estigmatizada por possuir um manicômio com passado trágico. Além da reformulação manicomial organizou recentemente um grande evento cultural: o Festival da Loucura, transformando (de forma bem humorada) o problema em diferencial.¹⁷

Conclusão

As oportunidades para o Desenvolvimento Sustentável oferecidas pela Economia Criativa são muitas, porém pressupõem uma mudança de ponto de vista em relação ao papel e impacto da cultura e criatividade, além do desenvolvimento de mecanismos e profissionais com perfil transdisciplinar. Mais complexo ainda é o contexto onde tudo isso está inserido: parece-me que está ficando cada vez mais claro que os modelos políticos vigentes não são adequados. Assim como em um momento da história passamos da monarquia para a república, está na hora de pensarmos um novo modelo e neste novo modelo a ecologia cultural certamente terá papel central.

¹³ http://www.premiovp.com.br/scripts/participantes/cases_info.asp?idcase=176

¹⁴ <http://www.natura.net>

¹⁵ www.grupopaodeacucar.com.br/carasdobrasil

¹⁶ www.doutoresdaalegria.org.br

¹⁷ www.cartacapital.com.br/index.php?funcao=exibirMateria&id_materia=4473 - 50k -