

ECONOMIA CRIATIVA E DESENVOLVIMENTO: DESAFIOS E OPORTUNIDADES

Lala Deheinzelin, Entusiasmo Cultural.

Assessora para o Programa de Economia Criativa da Special Unit on South South Cooperation, PNUD.

MOMENTO ATUAL

Muito já se falou sobre o duplo significado da palavra crise (“crisos”): perigo e oportunidade. Pois para nós que trabalhamos com estratégias de desenvolvimento e inovação a partir de recursos intangíveis e de novos modelos de gestão, a crise do financismo só vem comprovar nossa tese e fortalecer nosso setor: a Economia Criativa. Imagine um setor cujos recursos se renovam e multiplicam com o uso, que seja uma atividade com forte desempenho econômico mas que vai além disso atuando como fator de interação social, ambientalmente correto e que fortalece os valores, diferenciais e credibilidade de comunidades e empresas.

Pois esta “galinha de ovos de ouro”, ainda tão pouco conhecida por nossas lideranças é, segundo tendências mundiais, o grande motor do desenvolvimento no século XXI. Segundo a ONU a Economia Criativa já é responsável por 10% do PIB mundial. A UNCTAD divulga que entre 2000 e 2005 os produtos e serviços criativos mundiais cresceram a uma taxa média anual de 8,7%, o que significa duas vezes (2x) mais do que manufaturas e quatro vezes (4x) mais do que a indústria.

Conceito ainda em formação para designar um setor que inclui, porém, extrapola a Cultura e as Indústrias Criativas. De forma muito simplificada, podemos dizer que reúne as atividades que tem na cultura e criatividade a sua matéria prima. É um conceito amplo o suficiente para incluir nossa diversidade, tanto de linguagem quanto de modelos de negócios, englobando uma vasta gama que vai do indivíduo que trabalha educação complementar através de música a uma grife de automóveis de luxo.

O diferencial que alguns de nós (principalmente da América Latina) damos ao tema é o foco em desenvolvimento sustentável e humano e não mero crescimento econômico. Quando trabalhamos com criatividade e cultura, atuamos simultaneamente em quatro dimensões: econômica (em geral, a única percebida), social, simbólica e ambiental. Isso leva a um inédito intercâmbio de moedas: o investimento feito em moeda-dinheiro, por exemplo, pode ter um retorno em moeda-social; o investimento realizado em moeda-ambiente pode gerar um retorno em moeda-simbólica, e assim por diante.

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 também seu papel como consumidores.

ECONOMIA DA ABUNDÂNCIA

Para melhor compreender por que a economia criativa é tão estratégica para o desenvolvimento sustentável é importante situar o momento presente, uma época à qual os historiadores do futuro provavelmente vão se referir como sendo talvez ainda mais significativa que a passagem para o Renascimento.

Isso porque vivemos a época de passagem de milênios onde a vida esteve organizada em torno de recursos materiais, tangíveis, para uma era que tem sua centralidade nos recursos imateriais, intangíveis. Terra, ouro ou petróleo são finitos, inelásticos e por isso geram disputa. Cultura, conhecimento e criatividade são infinitos,

elásticos. São recursos que não apenas não se esgotam como se renovam e multiplicam com o uso. Assim, podem gerar cooperação e não disputa.

O desafio agora é fazer com que as lideranças dos setores público, privado, terceiro setor e empreendedores criativos tenham consciência desta mudança de época, os enormes potenciais que ela oferece e a mudança de mentalidade e políticas para aproveitá-los.

A própria economia terá que ser revista, já que sua definição era “gestão dos recursos escassos”. Criatividade e cultura são recursos abundantes, especialmente nos países do hemisfério sul, e representam um enorme patrimônio, provocando uma revisão no conceito de riqueza e pobreza. Além do mais, a economia criativa tem estreita relação com as novas tecnologias – e bits também são infinitos...

ESTRATÉGIAS DE ATUAÇÃO E EXPERIÊNCIAS

Apresento a seguir **dez fatores** que considero estratégicos para atuação em Economia Criativa e desenvolvimento e que são simultaneamente desafio e oportunidade.

- 1) **Novos valores, indicadores e medidas**: Precisamos perceber que recurso é muito mais que dinheiro, que riqueza vai além do econômico e deve incluir as dimensões cultural, social e ambiental. Ao lidar com o intangível é preciso passar do quantitativo ao qualitativo e avaliar mais os impactos, o que mudou, do que resultados numéricos. Sem isso, seria como tentar medir litros com régua... Neste sentido, a economia, acostumada a lidar com a linearidade do tangível e material, terá que se transformar para poder abarcar a multidimensionalidade do intangível.
- 2) **Articular a macro economia de escala com a micro economia de nicho** : economia criativa para o desenvolvimento sustentável tem como eixo central a inclusão, convergência. A primeira coisa a integrar é a macro economia de escala (século XX) com a microeconomia de nicho (século XXI, baseada na noção de cauda longa de Chris Anderson). Exemplo: como integrar a rendeira do interior de uma pequena vila com o estilista de grife de alguma cidade global?
- 3) **Sensibilizar lideranças**: A articulação entre macro e micro e a convergência entre setores público, privado, sociedade civil e empreendedores criativos requerer uma mudança de paradigma. É preciso preparar terreno para isso: sensibilizar e instrumentalizar as lideranças e criar ambientes adequados (capacitação, instrumentos jurídicos, gestão) para que a economia criativa possa florescer.
- 4) **De produtos a processos**: o tangível se concretiza em **produtos** e o intangível em **processos**, que são mais difíceis, pois exigem visão sistêmica, ação integrada e continuidade (e além disso são menos visíveis e portanto parecem menos atraentes para financiadores...).
- 5) **Ação Integrada e Transdisciplinar**: para trabalhar com processos a grande dificuldade, que é também a maior oportunidade, da economia criativa é o fato de necessitar ação multisetorial e transdisciplinar. Nossas instituições - academia, empresas, governos- não estão absolutamente preparadas para ações convergentes, integradas e portanto são necessários profissionais, ferramentas e instituições de caráter transdisciplinar que possam exercer o papel de conector, articulador. informação
- 6) **Economia Solidária e Novas Formas de Gestão** : a ação integrada e convergente deve estar norteada por uma mudança de mentalidade da qual depende todo o processo: re-significar a idéia de crescimento, sucesso, conforto. Para que o planeta – e tudo o que nele se insere – seja sustentável e sobreviva é preciso um novo conceito

de riqueza, recursos, valores. Riqueza não apenas material, mas ambiental, social e simbólica. Riqueza definida como “abundância que não gera escassez”. Isso implica inicialmente em mudança de foco do financismo predatório, onde o dinheiro é investido na especulação, para o desenvolvimento onde o dinheiro é investido na produção sustentável.

- 7) **Inovação dos Produtos e Processos Culturais e Criativos:** novas aplicações e funções, novos espaços, novos públicos e novas linguagens permitindo maior adequação a tudo o que vai caracterizar este século XXI.
- 8) **Novas Tecnologias e Produção e Distribuição Alternativas:** nesta perspectiva de atuação com ênfase em processos e não em produtos, torna-se ainda mais importante o foco na distribuição pois o poder está onde está o controle da distribuição. Entretanto nossas políticas, esforços e financiamento ainda estão mais focadas no incentivo à produção.
- 9) **Visibilidade e acesso:** Numa economia de nichos, da diversidade e globalizada, o desafio é saber quem faz o quê, onde e como. Como ser localizado no mar de informações que o mundo se tornou. Isso implica em novas mídias , redes, plataformas digitais.

Finalmente, concluo que um elemento chave para catalisar este processo é a **visão de futuros desejáveis** necessária para provocar a mudança de mentalidade rumo a uma situação mais sustentável. Precisamos imaginar e criar os futuros que desejamos e a partir daí orientar nossas escolhas na condução de processos e políticas que permitam sua construção e a Economia Criativa nos oferece muitas oportunidades de inovação de produtos e processos para que isso seja possível.

Saiba mais:

Criar futuros desejáveis: WWW.criefuturos.com.br

Economia Criativa: <http://www.mundorecordnews.com.br/play/afa4e32c-8d53-4d72-905a-e295ea5c92f9> (parte 1) Parte 2 <http://www.mundorecordnews.com.br/play/39fb6590-7c2a-44e2-8eda-d8f399961bc6>

This document was created with Win2PDF available at <http://www.win2pdf.com>.
The unregistered version of Win2PDF is for evaluation or non-commercial use only.
This page will not be added after purchasing Win2PDF.