

“ECONOMIA CRIATIVA, DESENVOLVIMENTO E COOPERAÇÃO CULTURAL NO SÉCULO XXI”

Lala Deheinzelin, setembro 2007

Antes de abordar o assunto gostaria de ressaltar que me coloco como autônoma, apresentando pontos de vista pessoais, que não necessariamente representam as idéias das instituições para as quais trabalho, como a Unidade Especial de Cooperação Sul-Sul, do PNUD/ ONU. Explico também a origem deste ponto de vista. Sou artista na origem, venho das artes cênicas, sendo portanto “fazedora”, e meu foco são os “comos” (creio que o “como” é o ponto chave) Como “pensadora” não sou especialista ou pesquisadora, mas sim uma “sintetista”, em busca de pontos em comum e visão do todo. Como atuação, sou “modem”: articulando linguagens e setores diferentes, criando pontes.

Decidi não me aprofundar em um tópico, mas abordar vários justamente para dar esta visão sintética, do todo. Parto sempre do que considero o mundo no século XXI, pois acho que muito do que fazemos ainda é do século XIX ou XX, assim minha visão é uma visão de futuro. E finalmente, escrevo esse artigo como se fosse uma conversa, sem pretensões literárias ou de profundidade acadêmica.

Esta “conversa” está dividida em blocos; o primeiro fala do que embasa e motiva meu trabalho; o segundo sobre o conceito que proponho em relação à Economia Criativa e Desenvolvimento e que tem embasado o trabalho de campo e o terceiro entra nas questões de cooperação cultural.

“O que é sentido, faz sentido”

Primeiro ponto importante: o que nos move, por que acordamos todos os dias e trabalhamos? Por que acreditamos que sim, um outro mundo é possível. Temos recursos, conhecimentos e pessoas para isso. O projeto “What the World Wants”, desenvolvido pelo futurista Buckminster Fuller mostra que para serem resolvidos a maior parte dos problemas do mundo (fome, habitação, saúde, energia, etc) eram necessários, em 1997, investir por 10 anos menos de 1/3 dos 780 bilhões correspondentes aos gastos anuais mundiais em armamentos naquele ano. Passados dez anos os problemas não foram solucionados e o valor gasto em armamentos hoje é quase o dobro.

Se é possível mudar o mundo, o que falta? Falta decisão, vontade política e, sobretudo, falta a escolha cotidiana de cada indivíduo. E escolher depende antes de mais nada de *desejar*. O que orienta todo meu trabalho é a percepção que para desejar é preciso sentir: a consciência apenas não é suficiente para mobilizar para ação. A palavra “escolha” é também uma chave para nós, uma vez que nosso objetivo final é o desenvolvimento sustentável. Qual e como? Gosto da definição de Amartya Sen, adotada pelo PNUD: desenvolvimento como processo de ampliação de escolhas.

Cultura, Economia Criativa e Desenvolvimento

De maneira simplificada, a Economia Criativa é tudo aquilo que tem a criatividade e os recursos culturais como matéria prima. E o que vem antes? Cultura ou Desenvolvimento? Em geral, ao formular políticas ou orçamentos, a cultura não é prioridade. Porém, sua centralidade fica evidente quando lembramos que o que caracteriza o homo sapiens é ser um animal simbólico. Somos sapiens desde que começamos a criar uma linguagem simbólica, com as pinturas nas cavernas. Cultura é a nossa natureza, é o que nos caracteriza. Vale ressaltar também que o mesmo momento em que começam as trocas de idéias, através de símbolos pintados nas cavernas, começam os negócios através da troca de bens, possível graças à criação de embarcações. Cultura e economia andam juntos desde a origem, no paleolítico superior.

Lala Deheinzelin

Além disso, a cultura é como um “óculos” através do qual vemos o mundo. É ela quem condiciona nosso olhar, e ao fazê-lo, define nossas escolhas. Nossa cultura leva a escolhas, que levam às decisões e estas então se revertem em ações. Assim, a cultura é matricial, é o *DNA dos processos*. Por isso, no meu entender, é o caminho para o desenvolvimento sustentável.

Agora, cultura como, qual, para que? Nossa primeira tarefa é re-significar seu papel. Cunhei uma definição compacta e simples: *Cultura é o que cria, e portanto transforma, mentalidades (o que pensamos) e hábitos (como fazemos)*.

Cultura não é a cerejinha que enfeita, é o bolo que sustenta. É estruturante, não supérflua. Muito dessa visão “cerejinha” vem da confusão que se faz entre arte e cultura, sendo essa última muito mais ampla e abrangente.

Em minha prática tenho verificado que o termo Economia Criativa é mais funcional justamente porque a maioria das vezes que falamos “cultura” nossos interlocutores ouvem “arte”. Evita-se também as intermináveis discussões sobre o que é ou não é cultura, além de conter a palavra mágica que abre caminhos e dá credibilidade: economia. E finalmente, Economia Criativa 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 luxo.

O valor simbólico da cultura e sua importância como fim e não como meio são premissas, porém, eu me dedico à cultura e criatividade como fator de desenvolvimento sustentável. Por seu caráter inclusivo a Economia Criativa promove este desejado desenvolvimento sustentável, e não mero crescimento econômico, como aquele promovido pela Indústria Criativa. Aliás, acredito, que crescimento rápido e contínuo é insustentável, é como uma doença, pois só o que cresce muito rápido é o câncer. Espero que nos próximos anos possamos revisar nossos modelos e parâmetros de crescimento e sucesso.

“Ser ou estar, eis a questão”

Nesse século XXI uma palavra chave é *virtualização*. Isso já fica claro na nova ciência, que nos apresenta uma visão de mundo onde existe constante mudança de estado entre matéria e energia, tangível e intangível. A física quântica dá um novo sentido à celebre frase de Shakespeare. “To be or not to be, this is the question”. Nas línguas latinas, muito ricas, a frase ganha o que acredito ser seu sentido original: “Ser ou Estar, eis a questão”. As coisas são, mas também estão. Mudam de estado, como nos mostra a água, que é gelo, rio ou nuvem.

Se as coisas não apenas são, mas estão, podem estar de outro jeito. Promover mudança de estado seria então nosso papel. Mas, como? Através de *processos*, que deveriam ser nosso foco de atuação.

Outro conceito ainda relacionado ao tangível e intangível e ao século XXI é a percepção da nossa *interdependência*. Já fomos dependentes da natureza, já tivemos a ilusão de independência e agora começamos a ter noção de nossa interdependência. A inter-relação dos mercados mundiais é um exemplo disso. Aliás, também a nova ciência deixa claro que não somos corpos isolados no vácuo mas sim conectados energeticamente.

A percepção da interdependência fica clara no que diz respeito ao ambiente. Por risco de destruição fomos forçados na primeira metade do século XX a adotar uma visão sistêmica e integrada das disciplinas que lidam com o ambiente, resultando na ecologia. Hoje, nossos maiores desafios são de ordem cultural, interpessoal e precisamos passar pelo mesmo processo no que diz respeito às disciplinas que lidam com o intangível. Acho

Lala Deheinzelin

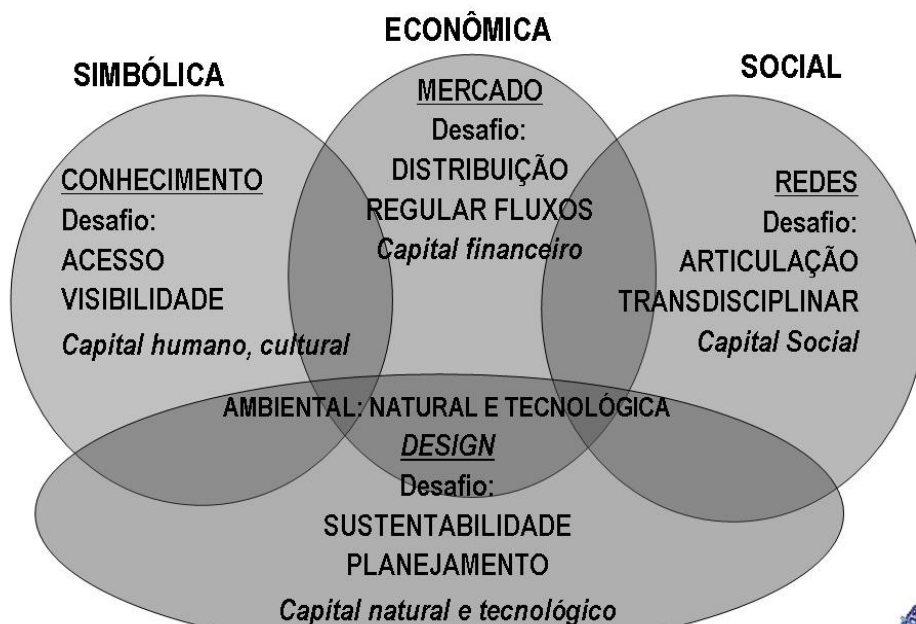
que vivemos o momento da constituição de uma nova disciplina: a *Ecologia Cultural*, que trata de forma sistêmica as disciplinas que lidam com o humano.

Ecosistema Cultural e Economia Criativa

O ecossistema cultural tem quatro dimensões: simbólica, econômica, social e ambiental. Note-se que três delas já correspondem ao que embasa a sustentabilidade, razão pela qual é fundamental a incorporação da cultura no conceito de sustentabilidade.

Mais um motivo pelo qual o conceito de Economia Criativa me agrada, uma vez que ele atua nos dois ecossistemas: Economia para o ecossistema tangível, ambiental, aquele onde “as coisas são” e Criativa para o ecossistema intangível, cultural, aquela onde “as coisas estão”.

ECONOMIA CRIATIVA – 4 DIMENSÕES



Lala Deheinzelin, 2007



Tenho percebido que o trabalho em Economia Criativa para o Desenvolvimento, para ser bem sucedido, deve contemplar estas quatro dimensões:

- A **dimensão simbólica**, ou cultural, é aquela onde estão inseridos os valores. É trabalhada através do *conhecimento*, tem como principais desafios o *acesso democrático e a visibilidade* (como atrair atenção, “visto” em meio ao mar de opções em que estamos mergulhados?) e as formas de capital a ela relacionadas são o capital humano e cultural.
- A **dimensão social**, abarca o setor público, privado e a sociedade civil organizada; é trabalhada através de redes; tem como desafios a ação articulada e transdisciplinar e está ligada àquilo que é nossa grande carência: capital social.
- A **dimensão ambiental**, inclui o ambiente natural e o ambiente tecnológico (infra estrutura e equipamento disponíveis). É trabalhada através do *design* (no conceito de Bruce Mau - o design como ferramenta para redesenhar o mundo), tem como

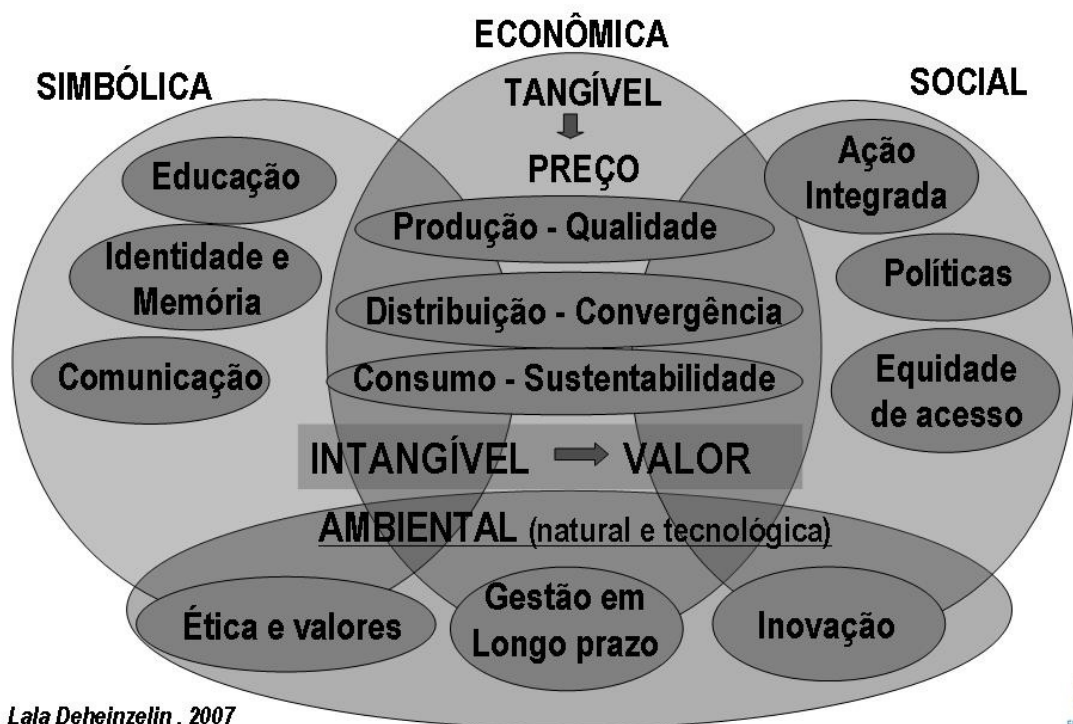
principais desafios a *sustentabilidade e o planejamento* (outro ponto fraco no Brasil) e as formas de capital a ela relacionadas são o capital natural e tecnológico.

- A **dimensão econômica**, atua como mediadora das outras, é trabalhada através do *mercado* (e de sua regulação), tem como principais desafios a *distribuição equitativa e a regulação dos fluxos* (de capital, de bens, de direitos de propriedade) e a forma de capital a ela relacionada é o capital financeiro.

Cadeia Integrada da Geração de Valor

Como atuar com Economia Criativa levando em consideração os dois ecossistemas interdependentes (o ambiental e o cultural) e estas quatro dimensões? Através de **processos** que para terem sucesso, devem ser *multisetoriais, transversais e multidimensionais*. Por isso temos trabalhado com algo que chamamos de *Cadeia Integrada da Geração de Valor*, ou quem sabe uma *Teia Interdependente da Geração de Valor* pois o cultural e criativo é multidimensional e nele a noção linear de cadeia talvez não seja a mais adequada.

Rede Interdependente de Geração de Valor e as quatro dimensões do Economia Criativa



Essa Trama inclui o tangível, ligado ao *preço*, através do trinômio produtivo da economia: *produção, distribuição e consumo*, porém vai além. Isso porque , em meu entender, este trinômio se adequa a *produto (lineares)* e não a *processos (complexos)*. No

campo do cultural e criativo, o que é fato determinante para o sucesso são os elementos intangíveis, que além de agregar *valor*, criam o ambiente e as condições propícias.

- No simbólico: *educação e capacitação* adequadas garantem a *diversidade cultural* através de *identidade e memória* e isto depende de mecanismos dos mecanismos de *comunicação*.
- No social: a *ação integrada* (intra-setorial; intragovernamental e entre público, privado e sociedade civil) é a base para construção de políticas (públicas e privadas), que por sua vez só serão possíveis se houver equidade de acesso.
- No ambiental: *ética e valores* (atender ao bem comum) levam à possibilidade de *gestão em longo prazo*, e esta continuidade (que infelizmente não existe em nossas políticas) é o que possibilita a *inovação* necessária num ambiente globalizado onde a sobrevivência depende da identidade própria, da originalidade.
- No econômico: Na *produção* o fator determinante (e que nos falta no Brasil..) é a *qualidade*; na *distribuição*, necessitamos atenção na *convergência*, não apenas tecnológica, mas sobretudo na convergência de iniciativas (por exemplo: circuitos de distribuição) pré existentes, uma maneira de evitar desperdício de recursos, conhecimento e tempo; e finalmente a chave do *consumo* será cada vez mais a *sustentabilidade*, provocando um re-desenho dos padrões rumo ao consumo consciente.

Processos em Economia Criativa para serem bem sucedidos dependem de ação integrada, contemplando estas quatro dimensões. O problema é que processos eficientes e eficazes são multisetoriais e transdisciplinares e nenhuma de nossas estruturas tem esse caráter. O fato de não estarmos preparados para a interdisciplinaridade e para a ação integrada é uma das maiores dificuldades que encontramos na prática.

Século XXI : de produtos a processos

Existe uma dificuldade adicional em trabalhar a Economia Criativa, por que lidando com intangível não trabalhamos a partir de produtos, trabalhamos a partir de processos, e processos existem ao longo do tempo, envolvem diferentes assuntos. Não se “encomenda” processos, você tem que fazer parte deles, e além do mais não são palpáveis, não é possível “inaugurar” ou colocar uma placa comemorativa em um processo. Assim, tanto nas políticas de fomento quanto na gestão privada seguimos investindo só no produto.

Mas, o que vemos hoje é que produtos e serviços tendem à semelhança . O diferencial – tão desejado é necessário num mundo globalizado- estará então no processo: nos “comos”, nos valores, nas relações envolvidas, na credibilidade, ética, coerência.

O quadro abaixo mostra essa passagem de produtos a processos do ponto de vista das Políticas de Fomento, uma passagem que se realiza à medida em que temos gestores qualificados e não uma gestão oportunista. É a diferença entre “ter políticas” ou praticar politicagem.

Políticas de FOMENTO

	PASSADO	FUTURO
Público Alvo	Empreendedores	Comunidade
Como	Eventos	Processos
Recursos	Pulverizados p/ atender demanda	Focados em ações planejadas
Seleção	Influência/ relações/ partidária	Crterios /atende comunidade
Resultado	Efêmero, paliativo	Deixa resíduo, "gera filhotes "
Gestão	Alta rotatividade/ empreguismo	Profissionalizada/ especialistas
Planejamento	Por demanda/ escolhas pessoais	Segue Plano Gestor democrático
Tempo	Descontínuo: tempo da gestão	Continuidade, segue plano
Articulação	Não há por falta de credibilidade	Credibilidade/ transversalidade
Ação	Reativo, não forma	Indutivo, gera inovação
Otimização	Desperdício, infrutífero	Pró alternativas/ multiplicação

Já este outro, reflete um momento de transição difícil e necessário enfrentado pelas empresas. Para fazer frente ao movimento global de comoditização, onde tudo se banaliza e assemelha, elas necessitam cada vez mais apoiar-se no intangível, em valores. Isso requer novos procedimentos internos, para os quais geralmente nem os profissionais nem a estrutura da empresa estão preparados.



Produtos a Processos, na Empresa

	PASSADO	FUTURO (Inclui os outros)
O quê	Produto	+ Relação através da marca
Como	Eventos	+ Processos
Comunicação	Mensagem	+ Experiência
Atitude	Passivo/ Reativo	+ Pró ativo / Criativo
Experiência	Entretenimento ou Informação	Edutainment/Educomunicação
Relação	Encantamento	+ Desafio compartilhado
Percepção	Análítica/ Parcial	+ Sintética / O Todo
Tempo	Momento, sem resíduo	+ Continuidade , Fidelidade
Estrutura	Isolado /Ponto	+ Articulado / Rede
Formação	Linear	+ Transdisciplinar
Função	Exclusivo	+ Inclusivo

Lala Deheinzelin, 2007

Economia Criativa e Desenvolvimento

Como disse, minha abordagem está focada em Economia Criativa para o Desenvolvimento e sempre com uma visão de futuro, apontando novos caminhos e oportunidades. Isso porque parto da premissa que as oportunidades e problemas nos países do hemisfério sul são distintos daqueles de países do hemisfério norte que já trabalham na área, como o Reino Unido.

Algumas destas características:

- foco em desenvolvimento sustentável e não mero crescimento econômico
- inclusão de saberes e fazeres tradicionais: nossa diversidade cultural é um dos nossos maiores recursos que, somados à matéria primas únicas, dão nosso diferencial.
- metade do nosso mercado é informal e essa economia informal deve ter políticas adequadas e ser considerada.
- essa mesma informalidade leva a criação de novos modelos de negócios em termos de gestão, financiamento e propriedade intelectual: os chamados open business.
- a necessidade de inclusão social e produtiva gera inovações de linguagem, de produto e de processos, geralmente originados da rica interface entre o social e o criativo. O Brasil é um celeiro deste tipo de experiência .
- essa inclusão social e produtiva permite que a economia criativa gere mercado (indo além da competição por fatias de mercado pré existentes). Se consideramos que 60% da população global não está incluída no “mercado” como conhecemos, fica claro que melhor distribuição de renda não é benemerência, mas uma questão estratégica para a sobrevivência das empresas.

Economia Criativa, o que está dentro?

A imagem mais completa que conheço para sintetizar as áreas englobadas pela Economia criativa foi desenvolvida por George Yudice e Sylvie Duran:

- O *Núcleo das Artes e Patrimônio Material* se expande para *Indústria Cultural* e esta para *Indústria Criativa*.
- O núcleo da *Cultura Popular e Patrimônio Imaterial* se expande para atividades ligadas ao *Corpo e Performance Midiática* e tudo aquilo que está ligado ao *Espaço Público*
- A *Indústria do Entretenimento* tem interface com a maior parte destes sub setores

Setores e sub- setores da Economia Criativa*



* Por George Yudice e Sylvie Duran, para *Incorpore*

Cooperação Cultural X Colonização do Intangível

Outra coisa ligada à *virtualização* do século XXI é que o intangível é estratégico, vale mais do que o tangível. A marca Coca Cola vale mais do que suas fábricas, o trabalho criativo vale mais que o braçal. Como a riqueza está no intangível (criativo, cultural) o risco que enfrentamos é o da “colonização” deste intangível. Nosso papel como cooperação cultural deveria se evitar essa colonização, uma vez que o princípio da interdependência nos mostra que danos ao ecossistema cultural (monopólios, homogeneização, intolerância) acabam sendo danosos para todos.

Os territórios já foram colonizados. Os produtos já foram colonizados e, inclusive, são a forma mais eficaz de dominação. Agora, temos que evitar a *colonização dos processos*, um risco sério quando se tenta monopolizar e vender modelos prontos de atuação em relação à criatividade e cultura.

A colonização do intangível se dá sobretudo através do *controle de distribuição*, o que fica muito claro quando se observa o setor áudio visual. O resultado é homogeneização, a antítese da diversidade, sendo esta essencial para a “saúde” do ecossistema cultural.

Portanto, na cooperação cultural deveríamos *focar mais em fomentar distribuição e o acesso do que na produção*. Novamente não é isso que acontece, pois isso requer ação por *processos* e trabalhar com produtos é infinitamente mais simples (razão pela qual a maioria das políticas está baseada em produtos). Processos são complexos, porém infinitamente mais eficazes, daí a necessidade de foco na distribuição. Onde há circulação há saúde, há equilíbrio. Se há distribuição e acesso, a produção está garantida, não precisa ser fomentada.

Falar em circulação e acesso nos leva a um outro ponto crucial: direitos de propriedade intelectual. Os modelos vigentes poderiam servir para o Século XX. Mas, se o século XXI necessita ter a inclusão como característica, estes modelos devem ser revistos. Um aspecto que é crucial é que o direito à autoria não pode se sobrepor ao direito à vida, este último deveria sempre ser soberano. É preciso atenção para não criar leis baseadas por exemplo, no direito de um compositor receber por suas músicas e depois aplicar as mesmas leis a medicamentos que salvam vidas. Não se pode permitir que pessoas morram por não poderem pagar pelos royalties de remédios que necessita...

Assim, é importante evitar confundir a criação que vem do campo da cultura e aquela que vem da ciência. Por isso, em nosso entender, o conceito de Economia Criativa não deve incluir patentes científicas.

Enquanto a idéia de direitos de autor se aplica à Indústria Criativa (que não tem foco em desenvolvimento sustentável), na Economia Criativa ela ou não se aplica ou deve ter novos modelos. Por exemplo para incluir saberes e fazeres tradicionais e todo o setor informal.

Culturalização da Economia

Falando de mercados, a Cultura se adaptou à Economia: mercado, orçamentos, indicadores, estatísticas etc. Agora é a Economia que deve se transformar para incorporar as múltiplas dimensões da Cultura. Primeiro é urgente criar parâmetros para “medir” resultados nas dimensões sociais, ambientais e simbólicas. Depois, é preciso alterar indicadores de riqueza, indo além do monetário e incorporando recursos culturais, naturais, humanos. Finalmente, a maneira mais eficiente de perceber os resultados da economia criativa é verificando seus impactos – tanto positivos quanto negativos. Verificar os impactos culturais deveria ser uma prática tão corrente quanto a verificação dos impactos ambientais.

Outra mudança de procedimento seria, nos processos de mensuração, incluir os setores indiretamente ligados à cultura. Sem cinema e música não há indústria de eletrônicos e eletrodomésticos, satélites ficam 80% sem função; construção e comércio caem brutalmente etc. Se adotarmos parâmetros e indicadores multidimensionais vamos verificar que a Cultura é o cisne, não patinho feio, pois tem enorme importância e impacto. O que temos feito equivale a medir litros usando régua e centímetros: não oferece um panorama real.

Fatores estratégicos

Se escolhesse dois fatores que considero estratégicos dentro dos “comos” da atuação em Economia Criativa e Cooperação Cultural eles seriam:

1) **Criar “conectores”**. Temos a percepção que conectividade e convergência são a grande característica desse século. E que isso só foi possível graças à criação de *modems*, interfaces que fazem conversar linguagens e setores diferentes.

Conectores ou *modem* nos governos, integrando pastas diferentes; articulando poder público, privado e sociedade civil organizada e orquestrando nossa rede multilateral.

Já verificamos que processos deveriam ser nosso foco, porém eles necessitam estes conectores. É preciso *formar profissionais “modem” ou conectores*, com perfil transdisciplinar e portanto aptos, por exemplo, a fazer negociações multilaterais e planejar a aplicação da Convenção da Diversidade Cultural.

Lala Deheinzelin

Além de profissionais, necessitamos *ferramentas “conectoras”* que sirvam, por exemplo, para difundir as melhores práticas, dar –lhes visibilidade e promover a conexão entre elas. Finalmente, necessitamos *instituições conectoras*, que desempenhem o tão necessário papel de orquestrar os diferentes parceiros de cada processo.

2) Outra prioridade estratégica que percebe vem da analogia entre *cultura e cultivo*. Para ter frutos temos quatro fase: precisamos de boas sementes, terra preparada, o manejo propriamente disto e aí finalmente teremos a colheita. Geralmente acreditamos que boas sementes são garantia de bons frutos, porém nossas sementes (idéias, inovações) morrem porque o terreno não está preparado. Esta é a fase mais estratégica e menos praticada. Por isso, temos o papel de garantir futuros possíveis e desejados, preparar terreno fomentando o ambiente favorável através da *sensibilização e instrumentalização de lideranças* para a centralidade da economia crativa nos processos de desenvolvimento.

Finalizando, as premissas para que tudo isso seja possível são a *diversidade cultural*, cuja “folclorização” deve ser evitada. Acredito também que é saudável caminhar no sentido da “alteridade”, de caráter inclusivo, pois a noção de “identidade” gera separação. Além disso, temos melhor noção de nossa identidade, no exercício da alteridade, na relação com o outro.

E o mais importante de todo o exposto até aqui: *ética*. Sem ela, corremos o risco de que nosso exercício de cooperação se deforme em colonização do intangível. A ética é também o que deve nortear processos, em todos os âmbitos. Lembrando uma vez os princípios de interdependência e alteridade, conluo com a percepção de que tudo o que faço ao outro resulta em mim. Falta de ética é o que devasta o ecossistema cultural e seu efeito nefasto corresponde ao efeito do aquecimento global sobre o ecossistema ambiental.

Com estes elementos estaremos mais aptos a tomar em nossas mãos a tarefa de mudar o mundo, mudando nossas mentalidades e hábitos: não mais uma relação de usufruto, mas uma relação de cuidado, criando um mundo que desejamos e merecemos.

