

# ECONOMIA CRIATIVA: NOVO PARADIGMA NO CAPITALISMO?

Enio Moro Junior

Doutor pela Universidade de São Paulo (USP), é Professor e Coordenador do curso de Arquitetura e Urbanismo pelo Centro Universitário Belas Artes de São Paulo.

A constante sofisticação da reprodução das relações capitalistas sempre foi tema recorrente para historiadores, sociólogos, economistas e outros especialistas. Investigar a dinâmica do capital e sua incansável reimposição sobre o trabalho é prato apetitoso da fila do sopão à mais alta gastronomia.

No divã do capitalismo, sua existência depende de sua superação, ou seja, sempre reinventar-se para garantir o aumento da produtividade do trabalho. Quando essa superação se aproxima de um esgotamento, com uma grande força dramática (comumente chamada de “crise”) nasce, certamente nunca por geração espontânea, uma nova dinâmica que o reabilita e reafirma.

Não precisamos nos distanciar para esta comprovação; basta bebericarmos em David Harvey que iluminadamente interpretou, no final dos anos 1980, que a transição do Estado

do Bem Estar Social consolidado após a 2ª Guerra Mundial para o Estado Neoliberal não resumir-se-ia às alucinadas privatizações que ocorreram no mundo inteiro neste período. Harvey afirmou, quase profético, que o espraio das novas tecnologias do final do século XX, em especial os computadores, telefones celulares e smartphones reinventaria, de maneira consentida ou não, o aprofundamento da exploração do Capital sobre o Trabalho em especial pelo que lhe é mais precioso: um incensurável aumento da produtividade dos trabalhadores.

Desculpem-me o maniqueísmo, mas se por um lado as tecnologias permitem-nos uma profunda conectividade com outras pessoas, por outro lado estes mesmos suportes também nos oferecem uma afirmada extrapolação da jornada de trabalho. Nunca fomos tão produtivos, eficientes; nunca nosso trabalho foi tão amplificado e alguma coisa volta a ficar fora da ordem mundial, como diriam os neotropicalistas: crise do Euro, crise do Dólar, migração de capitais, Estado Islâmico, desaceleração da China, desequilíbrios sociais...

A resposta do Capital, talvez, já estivesse pronta, quase conspiratória, e mais uma vez aponta para direções, talvez, inimagináveis aos materialistas históricos: busca da inovação, facilitação de acesso aos produtos (até agora, nada de novo...), proposta de empoderamento de novos grupos (está melhorando), introdução de novos meios de produção compartilhados, enfim, um misto de renição e libertariedade. Este é o contexto da Economia Criativa.

Segundo os dois autores precursores desta discussão, John Howkins e Richard Florida, a Economia Criativa estabelece-se como principal paradigma produtivo deste início do século XXI e a definem, com particularidades, como processos produtivos que consideram a criação, produção, difusão e distribuição de seus produtos (materiais e imateriais) altamente individualizados, autorais e específicos. Destacam-se como atividades a Arquitetura, o Urbanismo, o Design e as Artes. Este mercado da Economia Criativa cresce exponencialmente, segundo Howkins, e já movimentava bilhões de dólares no mundo.

Alia-se, portanto, a unicidade da mercadoria – algo nunca imaginado nos modelos fordistas e neofordistas – à sua reprodutibilidade! Some-se a isto o fato de que nesta mistura de Capital

e Trabalho, há o comprometimento da matriz clássica de geração do emprego e surge o empreendedor, que vai muito além de uma lógica meritocrata calvinista e apresenta o claro potencial de esparramar-se pela sociedade. Por essa nem Marx esperava!

Neste cenário identificamos que todos os cursos da Belas Artes pertencem, com significativa aderência, ao campo da Economia Criativa. Do desenvolvedor do blog ao inovador em design de produtos médicos, do edifício multifuncional ao abrigo para emergências ou ao artista da favela que consegue compartilhar sua música com o mundo ou ainda (agora possível) com a fusão estética dos centros com as periferias.

Pelo que observo, mesmo de maneira incauta, a Economia Criativa veio para ficar. Quem viver verá!