

ECONOMIA CRIATIVA - VOLTA À CENA O TALENTO CRIATIVO

Ana Carla Fonseca

Administradora PÚBLICA (FGV/SP), Economista, Mestre em Administração, Doutora em Urbanismo (USP), com MBA pela Fundação Dom Cabral.

Desde que surgiu, há pouco mais de 20 anos, o conceito de economia criativa já foi confundido com vários outros, com os quais, eventualmente, traz pontos de intersecção ou abarca na completude: economia solidária, economia colaborativa, economia da cultura, dentre outros. Nessa torre de Babel conceitual, o que se dilui porém é, justamente, o mais importante: a lógica que embasa o conceito de economia criativa como paradigma econômico para os tempos que vivemos.

Toda fase marcante da humanidade é catalisada por uma revolução tecnológica, da forma como tecnologia pode ser entendida nos diferentes momentos de nossa história. Novas técnicas agropastoris alavancaram a consolidação do sedentarismo, a criação de excedentes e a formação dos entrepostos comerciais e urbanos. Séculos depois, outra revolução tecnológica, em convergência com

demais fatores existentes (e.g. abundância de minérios e capital, exploração das colônias e de seus mercados, existência de trabalhadores) submergiram a humanidade na revolução industrial, dando feições próprias à sua economia e a seu *locus* urbano por excelência, a agora cidade industrial. Revolução, aliás, da qual guardamos ecos profundos e dos quais caberia fazer um esforço para nos desvencilharmos.

Do ponto de vista socioeconômico, um de seus traços mais marcantes foi a segmentação das capacidades do ser humano, entre criar, pensar, sentir e agir, dialogando com uma lógica de produção pautada pela fragmentação da produção. A criação passou a ser restrita a poucos, enquanto às grandes massas o que se esperava era simplesmente que executassem, que pusessem em pausa sua capacidade criativa, reduzindo a pessoa ao que suas mãos obravam – reduzindo-a a mão de obra. Não deixa de causar desconforto reconhecer esse termo no nosso vocabulário cotidiano, acompanhado de outros que reproduzimos de forma coletiva e automática. “Você é pago para fazer, não para pensar” ou “isso não é problema seu e sim do outro departamento” são testemunhos desse paradigma de fragmentação que ainda guia em boa parte nossa sociedade, disputando a primazia com toda uma corrente que defende a participação e o reconhecimento da inteligência coletiva.

Nas última três décadas e acirradamente a partir das duas últimas, o fator desencadeador de outra revolução foram as tecnologias digitais. Seus

impactos se fizeram sentir em múltiplas dimensões, a começar pelo nosso próprio modo de apreender, absorver e elaborar informações, de nos relacionarmos em sociedade e de nos entendermos como parte de comunidades com e sem fronteiras. Na economia, as tecnologias digitais catapultaram a globalização, a envergadura e profundidade inauditas, aceleraram a transferibilidade em escala planetária de capital e tecnologias, provocaram a integração das cadeias mundiais de produção e aceleraram a redução vertiginosa do ciclo de vida de produtos e serviços - que, por decorrência desse quadro, passaram a ser cada vez mais parecidos e com sobrevida mais curta.

Ora, com produtos e serviços sem diferenciação digna de nota pelo consumidor, foi dada a largada para uma acirrada concorrência por preços, majorada pela presença ubíqua do *made in China*. Não demorou para que alguns países, em especial os desenvolvidos, que mais sentiam o impacto dessas tendências, percebessem que a única alternativa viável à competição por preços baixos era competir por diferenciação.

Para criar produtos e serviços inovadores, haja talento criativo. Com isso, a criatividade humana passou (ou voltou) a ser reconhecida como ativo mais agregador de valor em uma economia.

No início, ainda na segunda metade da década de 1990 e em um processo liderado pelo Reino Unido, o foco recaía sobre as indústrias criativas - setores da economia com maior carga de criatividade e, à luz da tentativa de mitigar a concorrência predatória, potencialmente

protegidos pelos direitos de propriedade intelectual. Muitos outros países, por desconhecimento ou ingenuidade, caíram na tentação não de repetir o processo de análise e seleção das indústrias criativas mais adequadas ao contexto local, com base em suas potencialidades e nas oportunidades externas, mas sim de copiar as indústrias que haviam sido selecionadas pelo Reino Unido e cujas estatísticas de crescimento e geração de emprego e renda enchiam-lhes os olhos. Esquecendo do pano de fundo do processo, as discussões passaram a se ater à cor dos botões dos produtos decorrentes dessa análise: turismo, entra ou não entra? Gastronomia, é ou não uma indústria criativa? A resposta, claro, depende dos critérios adotados.

No Brasil, o fato de a economia criativa ter tido sua carta de nascimento firmada em 2004, com a realização do Painel de Alto Nível da UNCTAD XI¹, justamente no momento em que o Ministério da Cultura reconhecia pela primeira vez a importância da economia da cultura, favoreceu a confusão entre dois conceitos que, individualmente, eram neófitos no país, respaldados por parca bibliografia e ausentes dos cursos de formação em Economia. A institucionalização da Secretaria de Economia Criativa no âmbito do Ministério da Cultura, anos depois de o termo ter permanecido em banho-maria nas políticas públicas federais,

¹ Encontro realizado em São Paulo, por orientação do então Secretário-Geral da UNCTAD, Embaixador Rubens Ricupero e acolhido pelo então Ministro Gilberto Gil. Mais informações disponíveis em <<http://unctad.org/en/pages/MeetingsArchive.aspx?meetingid=18453>>

reforçou a equivocada percepção de que economia da cultura e economia criativa eram termos intercambiáveis, o que foi referendado em seu plano quadrienal, 2011-2014².

Transcorridos 20 anos de sua emergência e de suas primeiras aplicações no mundo, a economia criativa pode ser hoje entendida como o conjunto de atividades econômicas que se baseiam no talento criativo para gerar produtos e serviços voltados ao mercado³. Seria uma definição tautológica, não fosse a mesma acompanhada por traços delimitadores desse tal talento criativo. Dentre eles, vale mencionar ser aquele que realiza trabalhos não repetitivos, não facilmente passíveis de automação (uma tendência que o mundo vem enfrentando e à qual o Brasil não escapa)⁴, cujo resultado não se sabe exatamente o que

será, até que esteja pronto. Não se sabe o que será o livro, antes de ser escrito; nem qual será a cura para uma doença, até que tenha sido encontrada. O talento criativo é um navegador munido de talento, competência e astrolábio - a carta náutica ele escreverá ao longo da travessia, seja pelos mares das artes e da cultura, ou pelos da ciência e tecnologia.

Entremeios, países e cidades de diferentes perfis fincaram suas estratégias de desenvolvimento na economia criativa - da China, onde integrou o célebre plano quinquenal, à Indonésia, onde a ex-Ministra de Desenvolvimento do país e Doutora em Economia lidera o Ministério do Turismo e da Economia Criativa, passando por Buenos Aires, Montreal e Cidade do Cabo. Esperemos que, no Brasil, a economia criativa seja finalmente entendida com a devida profundidade, reconhecida como paradigma econômico e base de um eixo de desenvolvimento. Só assim perceberemos de fato a oportunidade e o desafio que temos nas mãos, ao reconhecermos o potencial socioeconômico de nossos talentos criativos e a necessidade de investirmos nas condições para que essa criatividade se converta em inovação.

² MINISTÉRIO DA CULTURA, Plano da Secretaria da Economia Criativa. Políticas, diretrizes e ações 2011 a 2014. Brasília: Ministério da Cultura, 2011. Disponível em: <<http://garimpodesolucoes.com.br/wp-content/uploads/2014/09/Plano-da-Secretaria-da-Economia-Criativa.pdf>>

³ BAKSHI, H. *et alii*, A Manifesto for the Creative Economy. Nesta: Londres, abril de 2013. Disponível em: <<http://www.nesta.org.uk/publications/manifesto-creative-economy>>

⁴ Dentre vários estudos e artigos a respeito, vale mencionar "Automated, creative and dispersed - the future of work in the 21st century". The Economist Intelligence Unit, maio de 2015. Disponível em: <<http://www.economistinsights.com/technology-innovation/analysis/automated-creative-and-dispersed>>