

LAZER, ECONOMIA CRIATIVA E INDÚSTRIAS CULTURAIS E CRIATIVAS: ONDE ESTÁ O SOCIAL?¹

Recebido em: 17/06/2015

Aceito em: 23/11/2015

Christianne Luce Gomes²
Universidade Federal de Minas Gerais (UFMG)
Belo Horizonte – MG – Brasil

RESUMO: As reflexões sobre economia criativa e indústrias culturais e criativas são incipientes no campo de estudos do lazer. Por isso, este ensaio objetiva problematizar a temática levando em conta aspectos econômicos e sociais, procurando compreender algumas de suas implicações em nosso contexto. As discussões evidenciaram que as indústrias criativas não apenas reproduzem a lógica excludente do capitalismo neoliberal: elas a reforçam à medida que os discursos (e práticas) sobre crescimento e desenvolvimento econômico, social e ambiental são meramente retóricos. A chamada economia criativa só poderá contribuir com a superação da desigualdade social quando forem efetuadas mudanças estruturais mais amplas e profundas em nossa sociedade.

PALAVRAS CHAVE: Atividades de Lazer. Indústrias. Sociedades.

LEISURE, CREATIVE ECONOMY AND CULTURAL AND CREATIVE INDUSTRIES: WHERE IS THE SOCIAL?

ABSTRACT: Reflections on creative economy and cultural and creative industries are incipient in the Leisure Studies. Therefore, this paper aims to discuss the issue taking into account economic and social aspects, trying to understand some of its implications in our context. The discussions showed that the creative industries not only reproduce the exclusionary logic of neoliberal capitalism: they reinforce it as the discourses (and practices) on growth and economic, social and environmental development are merely rhetorical. The creative economy can contribute to overcoming social inequality when broader structural changes and deep are made in our society.

KEYWORDS: Leisure Activities. Industry. Societies.

¹ As discussões empreendidas neste artigo fundamentaram a exposição da autora em uma mesa redonda que integrou a programação científica do X OcioGune, um evento acadêmico realizado em junho de 2015 na Universidade de Deusto, em Bilbao, Espanha.

² Doutora em Educação pela UFMG, com Pós-doutorado em Ciências Polícias e Sociais pela Universidade Nacional de Cuyo/Argentina. Professora do Programa de Pós-graduação Interdisciplinar em Estudos do Lazer da UFMG; Pesquisadora do CNPq e da Fapemig/PPM. Líder do grupo de pesquisa Luce: Ludicidade, Cultura e Educação.

Introdução: Retomando Conceitos

No decorrer da década de 1990, a expressão “indústrias criativas” foi difundida em alguns países industrializados, quando o processo de globalização econômica intensificou-se em diferentes partes do mundo. No Brasil, a temática foi introduzida pelo setor privado há aproximadamente 10 anos, mas, ainda é pouco discutida em diversas áreas do conhecimento. No campo de estudos do lazer, por exemplo, as reflexões sobre economia criativa e indústrias culturais e criativas são incipientes (para não dizer inexistentes), embora tenham relação direta com a cultura e com as práticas culturais em contextos globalizados. Institucionalmente, a vertente da economia criativa passou a integrar as ações do Ministério da Cultura há pouco mais de cinco anos, o que evidencia a importância de ampliar os debates sobre o assunto. Assim, o objetivo deste ensaio teórico é problematizar a temática levando em conta aspectos econômicos e sociais, procurando compreender algumas de suas implicações em nosso contexto.

O conceito de indústrias criativas foi cunhado na Austrália, mas, foi no Reino Unido que ganhou maior impulso ao ser associado, principalmente, às políticas de desenvolvimento econômico adotadas naquele contexto (BLYTHE, 2001). A sua utilização está ligada aos círculos de criação, produção e distribuição de bens e serviços nos setores onde a criatividade é uma dimensão essencial do negócio ou empreendimento: a publicidade, a arquitetura, o mercado de arte e antiguidades, o artesanato, o design, a moda, os softwares, os softwares interativos de entretenimento, a música, as artes cênicas, o mercado editorial, o rádio, a televisão, o cinema e o vídeo (DCMS, 1998). Outras classificações incluem a gastronomia e o esporte espetáculo, além de museus, galerias e atividades relacionadas às tradições culturais. Esses setores constituem a “economia criativa” e estão, direta ou indiretamente, ligados ao lazer.

Vale salientar que há uma multiplicidade de conceitos sobre o lazer. Como já foi explicitado em publicações anteriores (GOMES, 2014, 2011, 2004), compreendo o lazer como uma necessidade humana e como uma prática social complexa e historicamente situada, que se manifesta em diferentes contextos de acordo com os sentidos e significados (re)produzidos culturalmente pelas pessoas em suas relações com o mundo. Seguindo essa interpretação, o lazer é uma dimensão da cultura caracterizada pela vivência lúdica de manifestações culturais no tempo/espaço social. Assim compreendido, o lazer baseia-se na articulação de três elementos fundamentais: a ludicidade, as manifestações culturais e o tempo/espaço social. Juntos, esses elementos configuram as condições materiais e simbólicas, subjetivas e objetivas que podem (ou não) fazer do lazer um potente aliado na transformação das nossas sociedades, tornando-as humanas, inclusivas e sustentáveis³.

Em geral, a categoria tempo é realçada quando o lazer é conceituado, o que explica sua habitual associação com o chamado tempo livre. No entanto, a dimensão temporal é inseparável da dimensão espacial, e vice-versa, constituindo um tempo/espaço social de lazer que precisa ser contextualizado (GOMES, 2014).

As manifestações culturais de lazer são práticas sociais vivenciadas como fruição da cultura e são passíveis de conflitos, contradições e relações de poder. Elas detêm sentidos e significados únicos para as pessoas, para diferentes grupos sociais, para as instituições e para a sociedade que as vivencia social, histórica e culturalmente. Podem ser citados, como exemplos, festas, jogos, passeios, viagens, música, poesia,

³ No meu ponto de vista, a forma tradicional de conceituar o lazer principalmente em função do trabalho, como se fosse o oposto deste, necessita ser revisada porque esta não é a única possibilidade de entendê-lo e de vivenciá-lo. Seguindo essa visão, a existência do lazer ficaria justificada somente a partir das necessidades e interesses do trabalho. Por essa razão, o lazer precisa ser conceptualizado e ressignificado a partir de outras miradas e a perspectiva da cultura é uma possibilidade interessante para começar este caminho de mudança (GOMES, 2010).

literatura, pintura, grafite, escultura, dança, expressões corporais, jogos e experiências eletrônicas e virtuais, fotografia, cinema, teatro, atividades comunitárias, feiras com possibilidades de interação social, esportes, festivais e eventos artísticos, diversas formas de educação popular locais, e assim por diante.

Desde meados do século XX, várias práticas sociais de lazer, incluindo as mencionadas anteriormente, foram redimensionadas e apropriadas pela indústria cultural e, mais recentemente, pelas chamadas “indústrias culturais e criativas”. Elas estão no âmago da “economia criativa”, como será tratado a seguir.

Indústrias Culturais e Criativas: Contexto e Características

Para problematizar as indústrias culturais e criativas no campo da economia criativa, é preciso contextualizar a discussão aqui será desenvolvida.

Como se sabe, o termo indústria cultural⁴ foi criado na Escola de Frankfurt por Horkheimer e Adorno (1985), em 1947, para descrever o processo de produção/consumo de produtos padronizados e massificados. O entretenimento e os elementos da chamada indústria cultural já existiam antes da invenção desse conceito, mas, ele ganhou novas configurações ao ser deslocado para a esfera do consumo de massa. Segundo os autores, os diferentes ramos da indústria cultural (tais como cinema, rádio e revistas) são semelhantes em sua estrutura ou tentam se ajustar, para instituir um sistema articulado e direcionado para o consumo massivo de bens e serviços. Com base em fundamentos marxistas, Adorno (1978) adverte que o consumidor não é o sujeito da

⁴ Segundo Adorno, a palavra indústria não deve ser tomada em seu sentido literal porque não se refere especificamente ao processo de produção. Ao ser originada no comércio, a “indústria cultural” diz respeito à “estandardização” da própria coisa e à racionalização das técnicas de distribuição. Ela é industrial no sentido da assimilação das formas industriais de organização do trabalho, principalmente/sobretudo a uma produção racionalizada do ponto de vista tecnológico (WERNECK, STOPPA, ISAYAMA, 2001).

indústria cultural, mas seu objeto. Neste sentido, enquanto as massas são a ideologia da indústria cultural, esta última não pode existir sem se adaptar às massas.

Com a influência da sociologia francesa na década de 1960 o termo “indústrias culturais” passou a ser empregado no plural, numa tentativa de compreender mais profundamente as complexas relações entre cultura, tecnologia e capital. Segundo Bendassolli *et al.* (2009), o sociólogo Pierre Bourdieu constatou que a aceitação do capital no campo da arte ocorreu sem muita resistência. No entanto, apesar do sucesso do processo de comercialização da cultura e da arte, muitas reflexões desenvolvidas neste domínio tentaram entender criticamente as ambiguidades, contradições, complexidades e fragilidades das indústrias culturais.

A transição do termo “indústrias culturais” para “indústrias criativas” deu-se na década de 1990, quando as novas tecnologias de informação e comunicação tiveram avanço significativo em diferentes partes do mundo. A sobreposição desses dois conceitos, no entanto, muitas vezes persiste porque eles compartilham características semelhantes, entre as quais podem ser mencionadas a promoção da natureza intangível, simbólica e imaterial dos bens culturais, bem como as possíveis ligações entre os domínios da arte/cultura, das novas tecnologias e dos negócios. Outro ponto de convergência entre os dois conceitos (indústrias culturais e indústrias criativas) está relacionado com a demanda do público para a regulação por parte dos governos (BENDASSOLLI *et al.*, 2009).

Foi nessa mesma época que o Departamento de Cultura, Meios de Comunicação e Esporte do Reino Unido realizou o primeiro mapeamento das indústrias criativas (DCMS, 1998). Essa iniciativa intencionava mostrar que as indústrias criativas potencializavam o papel fundamental da cultura, criando empregos e gerando riqueza.

Nesse estudo, foram consideradas as atividades econômicas cujo insumo produtivo principal era a criatividade: da concepção ao desenvolvimento de um software, por exemplo. O mapeamento não abrangeu apenas as empresas criativas, incluindo também aqueles indiretamente envolvidos nos processos criativos da cadeia de produção (FIRJAN, 2012).

Logo depois, dois estudos abriram novas perspectivas para o assunto. John Howkins (2001) adicionou ao método britânico (DCMS, 1998) uma visão corporativa baseada nos desígnios mercadológicos de propriedade intelectual. Nesse sentido, marcas, patentes e direitos autorais foram os princípios que passaram a reger a transformação de criatividade em produto. Em seguida, Richard Florida (2002) concentrou-se nos profissionais que trabalhavam com processos criativos, denominando-os de “classe criativa”. Em seu estudo, o autor buscou compreender as características dessa nova classe de trabalhadores, identificando sua potencial contribuição para o desenvolvimento (FIRJAN, 2012).

Assim, as indústrias criativas procuram reforçar os aspectos positivos gerados pelas novas possibilidades de criação, produção e distribuição de bens e serviços culturais. As novas tecnologias de distribuição, por exemplo, são formas alternativas para que os produtos culturais cheguem ao consumidor de uma forma mais eficaz. Ao procurar agregar valor econômico a diferentes conteúdos culturais, a criatividade e a inovação tornam-se as palavras-chave das chamadas “indústrias culturais e criativas.”

Desse modo, as indústrias culturais e criativas podem ser vistas como um *fenômeno econômico*, ligado às políticas públicas para o crescimento econômico e o desenvolvimento social, e como um *fenômeno cultural* que incorpora os novos valores gerados pela base intelectual da sociedade do conhecimento/informação do capitalismo.

Assim, os recursos individuais e intelectuais são reciclados, bem como a capacidade de formar redes sociais e de propiciar uma contínua troca de conhecimento (CASTELLS, 1999).

Entretanto, quais são os novos valores sociais e culturais gerados pelas indústrias culturais e criativas? Esses valores são a originalidade, a criatividade, a mudança e a inovação, além dos princípios pós-materialistas de ordem estética, simbólica e intelectual. Tudo isso é acompanhado por uma valorização do individual em detrimento do coletivo e reflete mudanças em termos de preferências pessoais, comportamentos, estilos de vida, lazer e trabalho, bem como de perfil de consumo (BENDASSOLLI *et al.*, 2009).

A este respeito, as indústrias culturais e criativas são consideradas, cada vez mais, um dos setores mais dinâmicos e promissores do século XXI. Apenas alguns anos atrás, a importância da cultura para o desenvolvimento econômico e social não era explicitamente reconhecida por instituições internacionais e governos, nem pelo ramo de negócios. O ano de 2000 foi um marco importante nessa direção, pois, a Organização das Nações Unidas (ONU) e a Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e Cultura (UNESCO) esforçaram-se por reunir especialistas e profissionais de vários países com a finalidade de estimular o setor produtivo formado por atividades e recursos culturais e criativos. Esse encaminhamento procurou vislumbrar alternativas para superar dificuldades econômicas e sociais (PNUD, 2010). Com isso, a economia criativa não foi considerada apenas um dos setores mais dinâmicos e de rápido crescimento na economia mundial: ela representava um setor altamente próspero em termos de geração de recursos, criação de emprego e aumento das exportações.

Gradativamente, a economia criativa e as indústrias culturais e criativas são destacadas como interessantes alternativas para superar as dificuldades econômicas e sociais vigentes em diferentes países, constituindo um poderoso motor para o desenvolvimento⁵.

As cifras divulgadas pela UNCTAD em maio de 2013 indicam que o comércio mundial de bens e serviços criativos totalizou US \$ 624 bilhões em 2011, e mais do que duplicou entre 2002 e 2011; a taxa de crescimento anual média durante esse período foi de 8,8%. O crescimento das exportações de bens criativos nos países em desenvolvimento foi ainda maior, com uma média anual de 12,1% durante o mesmo período (PNUD, 2014, p.10).

O mais recente Relatório PNUD (2014) esclarece que os significados do termo indústrias culturais e criativas podem variar substancialmente de acordo com o contexto, pois, as comunidades procuram redesenhar modelos existentes para adequá-los à sua realidade, à sua cultura e a seus mercados locais. Para a UNESCO, as indústrias culturais e criativas são uma estratégia global para fomentar o crescimento e o desenvolvimento. Elas podem contribuir efetivamente com a revitalização da economia nacional, promover intercâmbio cultural, econômico e inovação. Assim, postula-se que os investimentos na cultura e no setor criativo geram desenvolvimento social ao contribuir com o bem-estar geral das comunidades: melhorando sua autoestima e sua qualidade de vida, promovendo o diálogo e a coesão social (PNUD, 2014).

Porém, até que ponto o desenvolvimento social é possível de ser alcançado em contextos regidos pelo capitalismo neoliberal? O próximo tópico propõe ampliar essa discussão.

⁵ Uma contribuição para a disseminação desses conceitos foi a publicação dos Relatórios sobre a economia criativa, elaboradas pela Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD), o Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD) e a UNESCO, em conjunto com outras organizações. Nesses documentos, a economia criativa não é considerada apenas um dos setores mais dinâmicos e com um crescimento significativo na economia mundial: ela representa um setor transformativo/transformador em termos de geração de recursos, criação de emprego e aumento das exportações.

As indústrias Criativas no Marco do Capitalismo Neoliberal

Como visto, os múltiplos câmbios culturais, sociais, políticos, econômicos e tecnológicos, desde o final do século XX, favoreceram a constituição das indústrias criativas. Essas alterações são devidas, ao mesmo tempo, ao esgotamento das referências anteriores e à descoberta das possibilidades geradas pelo avanço das novas tecnologias de informação e comunicação. Desse modo, os novos meios desenvolvidos e popularizados em várias partes do mundo cumprem diferentes funções: informação, educação, política, interação social, entretenimento e assim por diante. É, portanto, uma lógica cultural própria do chamado capitalismo tardio, que promove os mecanismos que geram uma subjetividade marcada pela superficialidade flutuante do zapping, dos celulares e smartphones, da Internet, das imagens e videoclipes, dos jogos eletrônicos e das incontáveis experiências virtuais e presenciais que vêm sendo desenvolvidas pelos setores de bens e serviços culturais (GOMES, 2014).

Neste contexto, a cultura é considerada cada vez mais como:

Um motor de desenvolvimento, liderado pelo crescimento da economia criativa em geral e das indústrias culturais e criativas em particular, não só reconhecidas pelo seu valor econômico, mas também cada vez mais pelo papel que desempenham na produção de novas tecnologias ou ideias criativas e seus benefícios sociais não monetizados (PNUD, 2014, p.9).

A partir daqui, é essencial problematizar algumas questões. Há muitos aspectos interessantes no campo da economia criativa e das indústrias culturais e criativas. Há, por sua vez, uma considerável produção bibliográfica sobre o assunto, mas a maioria das publicações ainda é superficial, repetitiva, fragmentada e dispersa. Além disso, mesmo com os avanços realizados em várias partes do mundo, predomina uma visão

parcial e demasiado otimista e, por vezes, idealizada sobre o assunto, com poucos avanços sociais eficazes.

Por que isso acontece?

Do meu ponto de vista, quando se trata de sistematizar, realizar e divulgar as indústrias culturais e criativas, o social é suplantado pelo econômico. Uma análise da produção nacional e internacional sobre o assunto revela que o que mais importa são as suas contribuições para o PIB, para as exportações, para os investimentos empresariais e financeiros, para expandir a oferta, a demanda e o consumo de bens e serviços culturais. Não raras vezes, o argumento mais enfatizado para destacar a importância social das indústrias criativas é a criação de empregos e geração de riqueza, o que suscita uma imprescindível indagação: que tipo de trabalho é oferecido, e quem se apropria da riqueza produzida?

A geração de trabalho, emprego e renda, bem como o desenvolvimento social e ambiental são alguns dos benefícios mencionados nas publicações sobre o assunto. Entretanto, esses benefícios correm o risco de constituir meros clichês, uma vez que não são aprofundados em suas contradições, tampouco são apresentadas perspectivas específicas e mais eficazes em termos de superação das desigualdades sociais que persistem em nosso meio. Assim sendo, as dimensões sociais do tema quase sempre constituem um discurso retórico e inconsistente. Isso não é casual, já que as indústrias culturais e criativas foram acolhidas e impulsionadas, na década de 1990, pelas políticas de desenvolvimento econômico adotadas no Reino Unido sob o neoliberalismo consolidado por Tony Blair.

Entre outras ações, o neoliberalismo diminuiu o papel do Estado, reduziu os gastos sociais, adotou um programa de privatização, baixou os impostos sobre a renda

mais elevada, aumentou as taxas de juros, minimizou o controle sobre os fluxos financeiros, ampliou a globalização da produção e adotou uma legislação anti-sindical. Para enfrentar o problema do déficit público, esse modelo demandou uma significativa redução de postos de trabalho no setor público, por meio de programas voluntários de demissão e de aposentaria (WERNECK, STOPPA, ISAYAMA, 2001)⁶.

Tais estratégias políticas, econômicas e sociais ganharam destaque a partir de 1980, sendo seguidas em vários países do mundo e não apenas no Norte geopolítico. Um dos aspectos centrais desse modelo é a possibilidade de estabelecer relações de trabalho consideradas mais flexíveis, tais como o trabalho temporário, trabalho autônomo ou por conta própria, prestação de serviços, subemprego, terceirização e outras formas de ocupações informais: isto é, destituídas de direitos trabalhistas e desvinculadas dos princípios mínimos de segurança social. Por meio da terceirização de serviços, o trabalhador fica vulnerável e subordinado aos interesses hegemônicos do mercado neoliberal capitalista (GOMES, 2005).

Na área de prestação de serviços, desde 1980 o número de trabalhadores informais supera formal em vários países, sendo esta situação traduzida basicamente como uma redução geral no emprego. Isto inclui também a exclusão de uma massa crescente de trabalhadores do gozo de seus direitos legais e, por sua vez, a consolidação de um considerável exército de reserva e substituição de mão de obra. Consequentemente, a maioria dos trabalhadores precisa buscar formas alternativas para poder sobreviver.

⁶ Emprego é distinto de ocupação laboral e de posto de trabalho. Emprego se refere a relações estáveis de trabalho assalariado: é formal e minimamente garantido pelos princípios de segurança e proteção social, como a indenização em caso de acidente de trabalho, o descanso semanal e as férias anuais remuneradas, entre outros. Assim, emprego é um tipo específico de trabalho, ou seja, é o trabalho assalariado formal, com um pagamento que considere as garantias e o cumprimento de leis trabalhistas (GOMES, 2005).

As consequências sociais mais graves dessa situação para o mercado laboral e para os profissionais são o declínio do emprego formal e a precarização do trabalho. Porque os novos postos gerados a partir do avanço das tecnologias, somados à divisão internacional do trabalho e ao crescimento do setor de serviços, geralmente não oferecem, a seus eventuais ocupantes, as garantias que as leis e os contratos coletivos vinham assegurando aos empregados formais, especialmente no hemisfério Sul⁷ (GOMES; ELIZALDE, 2012).

Esses problemas são suavizados e, muitas vezes, ocultados pela perspectiva empreendedora de desenvolvimento, que, paradoxalmente, é um dos pilares da economia criativa e das indústrias culturais e criativas. Como esclarece Wolff (2014), é assim que ganham destaque as pequenas e as microempresas organizadas em rede.

Para a autora, a perspectiva empreendedora que guia as atuais políticas de desenvolvimento e geração de renda acaba ocultando os processos de precarização do trabalho. Isso ocorre porque a circulação de dinheiro é essencial para impulsionar o ciclo de produção/consumo. Nesse processo, lamentavelmente, o dinheiro pode valer muito mais do que as pessoas.

Em uma de suas visitas ao Brasil, o britânico John Howkins – um dos expoentes pioneiros da economia criativa – comentou o seguinte⁸:

A economia colaborativa consiste em arranjos diferentes de trabalho. Porém, se não há transação comercial em nenhum ponto, não há como as pessoas serem pagas. O dinheiro precisa circular pelo sistema. Pode ser por meio de transações diretas, incentivos, patrocínios, mensalidade para assinantes. [...]. A economia criativa não existe sem dinheiro. É claro, ajuda bastante existirem pessoas de classe média:

⁷ No contexto geopolítico mundial existe uma nítida divisão entre o “Norte” e o “Sul”, mas, cada um desses hemisférios também apresenta desigualdades e contradições internas. Assim, é possível identificar o Sul dentro do Norte, e vice-versa. Porque todo o mundo está sendo regido pelos interesses privados, que constituem o cerne do modelo neoliberal capitalista: um paradigma fundamentado no crescimento econômico e na acumulação de capital em poucas mãos.

⁸ Esta entrevista foi realizada em novembro de 2014 e está disponível no link: <http://projetodraft.com/john-howkins-entrevista-economia-criativa/>.

gente com dinheiro para gastar em beleza, estilo, cores, design, arte, e com informação para que busquem e façam isso.

O que se busca é muito simples: transformar criatividade em produtos que possam ser consumidos e gerem lucros. As palavras-chave? Criatividade e inovação. As formas de trabalho? Todas, incluindo as mais perversas e precarizadas. Os mais afetados por essa situação de vulnerabilidade social-trabalhista? Os jovens e os profissionais empreendedores, como foi enfatizado por Howkins⁹.

O presidente, ou primeiro-ministro, tem o poder de passar uma mensagem ao país, quando diz o quanto a criatividade é importante para a sociedade. Tony Blair fez isso no Reino Unido, no final dos anos noventa, ao dizer que o futuro do país dependia da criatividade e da inovação. Esse tipo de mensagem pega em cheio a juventude.

Por um lado, a economia criativa é uma forma alternativa de criar, produzir e distribuir bens e serviços culturais com potencial de gerar benefícios econômicos e sociais significativos. Por outro lado, a economia criativa é vulnerável a princípios e práticas neoliberais: incorporando-as sem maiores reflexões, adaptando-se às exigências do mercado e desenvolvendo atividades e funções que acabam contribuindo substancialmente com as cadeias de valor de corporações transnacionais. Nesse sentido, os aspectos sociais inerentes às indústrias culturais e criativas acabam sendo negligenciados.

A perpetuação e o êxito do capitalismo neoliberal incluem tanto o bloco dos países desenvolvidos, como as oligarquias financeiras nacionais dos países do hemisfério Sul – que, por sua vez, representam os interesses privados de empresas transnacionais e de especuladores financeiros que, na maioria das vezes, buscam o lucro sem critérios éticos, sociais, ambientais e de longo prazo.

⁹ Disponível em: <http://projetodraft.com/john-howkins-entrevista-economia-criativa/>.

Além disso, várias iniciativas criativas que podem fornecer produtos culturais aos mercados mundiais, estão retidas em redes de relações de poder com agentes-chave nos principais centros de produção. Isso é perceptível na rápida produção e distribuição de filmes de Hollywood ao redor do mundo, articuladas por agentes financeiros e pela indústria de entretenimento norte-americana. Embora haja exceções, como Bollywood na Índia e Nollywood na Nigéria, as grandes cidades dos países desenvolvidos são aquelas que possuem a infraestrutura de produção, os investidores, os agentes-chave, as atrações que reforçam determinados estilos de vida, e os consumidores, que, juntos, possibilitam poderosas concentrações de atividades da economia criativa (PNUD, 2014). Tudo isso, obviamente, destaca a importância de aprofundar e ampliar a compreensão sobre o desenvolvimento humano e social: direcionado prioritariamente *para as pessoas*, e não apenas para a economia.

Não obstante, as dificuldades sociais aqui problematizadas afetam principalmente o Sul, constituído pela África, pela Ásia e pela América Latina. Segundo o último Relatório de Desenvolvimento Humano (PNUD, 2014), a América Latina e o Caribe compõem a região que mais reduziu as desigualdades sociais nos últimos anos, mas, ainda permanece no topo da lista como a região mais desigual do planeta: devido, sobretudo, às disparidades em termos de rendimento.

Indústrias Culturais e Criativas na América Latina: Avanços e Desafios

De acordo com o relatório do PNUD (2014), cinco países latino-americanos já estabeleceram um quadro de economia criativa: Argentina, Brasil, Chile, Colômbia e Cuba. O documento enfatiza que Peru e Uruguai estão começando a reconhecer o

potencial do setor, mas, apesar disso, a maioria dos países da região não está envolvida com as indústrias culturais e criativas.

Todos os países da região [latino-americana] estão enfrentando um grande déficit em sua balança de pagamentos em relação aos bens e serviços culturais. Como é o caso em outros lugares dos países do Sul global, o setor tem uma grande quantidade de mão de obra e se baseia nas artes e no artesanato. Localmente falando, enquanto as cidades de São Paulo, Rio de Janeiro, Buenos Aires e Santiago estabeleceram políticas para as indústrias digitais, audiovisuais e de design, a região como um todo continua se baseando em uma visão mais tradicional da cultura como “artes e patrimônio” (PNUD, 2014, p.79).

Conforme indicado no documento, o “déficit cultural” é devido à tradição latino-americana de vincular a cultura à qualidade de vida e aos direitos sociais, independentemente da obtenção de resultados econômicos. Por essa razão, algumas iniciativas latino-americanas refletem a intenção de mesclar as duas visões, possivelmente de forma mais deliberada do que em outros contextos (PNUD, 2014). Esses aspectos estão diretamente relacionados com as políticas públicas e sociais, no campo do lazer e da recreação, adotadas por vários países da região.

Cabe sublinhar que a tradição de vincular a cultura com qualidade de vida e direitos sociais ainda é necessário por causa da grave situação de injustiça social que persiste na América Latina¹⁰. Assim, a proliferação de indústrias culturais e criativas na região deveria ser direcionada para o enfrentamento e superação do desequilíbrio entre os aspectos sociais e os econômicos.

No caso do Brasil, foi o setor produtivo que se aproximou, primeiramente, das vantagens possibilitadas pela economia criativa. Isso foi em 2004, quando a XI sessão da Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (UNCTAD XI) ocorreu em São Paulo, abrindo caminhos para o Fórum Internacional sobre o

¹⁰ Atualmente, pelo menos 16 países latino-americanos reconhecem, constitucionalmente, o lazer e a recreação como um direito de cidadania: Argentina, Bolívia, Brasil, Colômbia, Costa Rica, Cuba, El Salvador, Equador, Guatemala, México, Nicarágua, Panamá, Paraguai, Peru, República Dominicana e Venezuela.

Desenvolvimento de um Centro Internacional de Indústrias Criativas realizado, no ano seguinte, em Salvador. São Paulo, Espírito Santo, Rio de Janeiro e Ceará foram os Estados que investiram de modo pioneiro no setor da economia criativa no Brasil, seguidos de Paraná, Santa Catarina e Minas Gerais. Entre as diversas instituições públicas e privadas do país envolvidas com a economia criativa, destaca-se o Serviço Brasileiro de Apoio a Pequenas e Médias Empresas (Sebrae), uma instituição privada que vem promovendo consideravelmente a economia criativa no Brasil.

Durante a Conferência Nacional de Cultura, em 2009, a economia criativa foi contemplada na agenda política brasileira como um dos cinco pilares que sustentavam as conferências estaduais e municipais de cultura. Pouco depois, o apoio político foi consolidado com a criação, em 2012, da Secretaria da Economia Criativa no Ministério da Cultura, com quatro princípios orientadores: diversidade cultural, sustentabilidade, inovação e inclusão social.

Entre outras iniciativas levadas a cabo no Brasil, a Federação das Indústrias do Rio de Janeiro organizou, em 2008 e em 2011, dois estudos sobre o potencial da cadeia produtiva da indústria criativa no Brasil (FIRJAN, 2014). O conceito de indústrias criativas e a classificação adotada foram baseados no DCMS (1998), que salienta a criatividade, a habilidade e o talento individual no que diz respeito ao potencial de geração de riqueza e de emprego por meio da criação e exploração da propriedade intelectual.

Entre os principais resultados do último mapeamento feito pela FIRJAN (2014), foi constatado o seguinte:

(a) O significativo crescimento de 69,1% da indústria criativa no Brasil entre 2004-2013, gerando um PIB equivalente a mais de 54 bilhões de dólares (2,6% do total produzido no Brasil em 2013).

(b) Os Estados de São Paulo e Rio de Janeiro se destacam no “mercado de trabalho criativo”, com 349 mil e 107 mil trabalhadores, respectivamente.

(c) A indústria criativa no Brasil tem quase 900 mil profissionais formais. Durante o período analisado (2004-2013), isso representou um aumento de 90%, bem acima do aumento de 56% do mercado de trabalho brasileiro verificado no mesmo período, com um crescimento relevante nas quatro principais “áreas criativas”: tecnologia (+102,8%), Consumo (+100,0%), meios de comunicação/informação (+58,0%) e cultura (+43,6%).

(d) Em termos de remuneração, o salário médio mensal dos “profissionais criativos” foi cerca de três vezes maior do que o do trabalhador brasileiro.

Apesar desses resultados econômicos positivos, e mesmo com os ganhos sociais significativos logrados no Brasil naquele período, este e outros países latino-americanos ainda acumulam séculos de desigualdade e injustiça social. Como apontado no relatório PNUD (2014), medir a economia criativa unicamente em termos econômicos fornece apenas uma parte do panorama, especialmente quando se trata de desenvolvimento humano.

Também deve-se ter em mente que, mesmo contando com indústrias criativas dinâmicas e de rápido crescimento, os chamados países em desenvolvimento têm que enfrentar inúmeros obstáculos: falta de capital, infraestrutura precária, despreparo em termos de gestão e organização de negócios, habilidades profissionais pouco desenvolvidas, falta de conhecimento sobre o funcionamento dos mercados culturais

nacionais e internacionais, escassez de financiamento estatal e insuficiente incentivo político (PNUD, 2014).

Por isso, considerando os efeitos sociais das indústrias criativas, todos os países do mundo deveriam substituir (ou complementar) os indicadores que avaliam apenas a dimensão econômica do desenvolvimento – como o PIB per capita – por indicadores sociais como o IDH e/ou o coeficiente GINI. Isso, sem contar outros indicadores relacionados aos serviços básicos universais, ao aumento do emprego socialmente protegido, à redução do trabalho informal e à equidade de gênero, por exemplo.

No caso do IDH, este é calculado anualmente e pretende ser uma medida geral e sintética do desenvolvimento humano ao considerar três fatores: a longevidade/saúde (mensurada pela expectativa de vida ao nascer e taxa de mortalidade infantil), educação (taxa de analfabetismo e expectativa de anos de escolaridade para as crianças/taxa de matrícula no país) e o nível de vida/renda (calculada pelo PIB per capita). Sendo uma média, esse índice é incompleto e encobre muitas disparidades. Contudo, é uma referência importante no que diz respeito aos aspectos sociais de uma nação. Quanto menor o IDH, pior é o desenvolvimento humano em um determinado país.

Por sua vez, o índice GINI é um parâmetro internacional usado para medir a desigualdade de distribuição de renda entre os países. O coeficiente varia de 0 a 1 e é apresentado em pontos percentuais (coeficiente x 100). Quanto mais próximo de 0, menor é a desigualdade de renda em um país, ou seja, a riqueza é mais bem distribuída. Caso contrário, quanto mais o GINI se aproxima de 1, maior é a concentração de riqueza.

Tendo em vista a realidade dos cinco países latino-americanos que foram citados no relatório PNUD (2014) por estarem imersos na economia criativa, encontramos os seguintes resultados:

Quadro 1 – Indicadores de desenvolvimento em cinco países latino-americanos

País	PIB 2013* US\$ a preços constantes do ano 2005	Posição do PIB no ranking mundial	IDH 2013** (PNUD)	Posição do país no IDH	Coefficiente GINI*** (2012)	Posição do país no GINI
Argentina	331,254,866,750	26º	0,808	49º	43,57	30º (2011)
Brasil	1,166,716,261,848	12º	0,744	79º	52,67	24º (2012)
Chile	171,412,998,442	43º	0,822	41º	50,84	53º (2011)
Colômbia	212,327,472,456	35º	0,711	98º	53,5	26º (2012)
Cuba	56,939,415,466 (ano: 2011)	192º	0,815	44º	Sem informação disponível	Sem informação disponível

Fonte: Elaboração própria.

* Indicadores de Desenvolvimento Mundial:

<http://datacatalog.worldbank.org/~number=plural>.

** <http://www.pnud.org.br/atlas/ranking/Ranking-IDH-Global-2013.aspx>, World Development Indicators.

*** <http://data.worldbank.org/indicator/SI.POV.GINI>.

Como se vê, em 2013 o Brasil contou com um elevado PIB, alcançando a 12ª posição no mundo. Entretanto, quando se trata de considerar indicadores sociais como o IDH e o coeficiente GINI, nosso país revela a perpetuação de uma perversa situação de desigualdade. O mesmo ocorre com a Colômbia. Enquanto a Argentina e o Chile ocupam posições medianas, Cuba, embora tenha um baixíssimo PIB, apresenta um IDH bem mais elevado do que o Brasil e a Colômbia.

Desde 2010, o Relatório de Desenvolvimento Humano das Nações Unidas apresenta indicadores complementares que ajudam a ampliar a visão sobre esse tema, mas, lamentavelmente, eles ainda são pouco conhecidos e aplicados. Podem ser citados: (a) o Índice de Desenvolvimento Humano Ajustado à Desigualdade (IDHAD, mais real do que o IDH), (b) o Índice de Desigualdade de Gênero (IDG, que considera a saúde reprodutiva, a autonomia e a atividade econômica), e (c) o Índice de Pobreza Multidimensional (IPM, que indica múltiplas privações em educação, saúde e nível de

vida). Em 2014, o relatório acrescentou (d) o Índice de Desenvolvimento de Gênero, que se baseia no IDH desagregado por sexo – algo essencial a ser considerado porque as diferenças entre homens e mulheres pode ser muito significativa.

Sobre o Índice de Desenvolvimento de Gênero, deve-se ressaltar que as disparidades salariais entre homens e mulheres em alguns dos países membros da Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OCDE) chega a quase 30%. Quanto mais se sobe na escala de remunerações, mais aumentam as desigualdades entre os homens e as mulheres. Ademais, como assinala Pablo Gentili, a desigualdade salarial de gênero não se reduz à disparidade de remunerações: um homem ganha mais do que uma mulher; uma mulher branca mais do que uma mulher negra; uma mulher negra urbana mais do que uma mulher camponesa ou indígena; uma mulher sem filhos mais do que uma mulher com filhos; uma mulher indígena, camponesa e com filhos, recebe menos do que todos os demais¹¹.

Esses parâmetros evidenciam que o desenvolvimento humano e a qualidade de vida de uma população vão além de uma mirada puramente econômica, colocando em relevo a urgência de considerar vários aspectos sociais, culturais e políticos. Além disso, como enfatizado pelo PNUD (2014), o desenvolvimento social e econômico inclusivo não é uma questão que diz respeito apenas o Sul: é um desafio global.

Pelo que foi exposto neste artigo, para que o econômico não continue sobrepujando o social, as produções referentes às indústrias culturais e criativas precisam apresentar análises e ações concretas, que também contemplem os indicadores sociais. Por sua vez, aqueles que estão envolvidos no campo da economia criativa

¹¹ Disponível em: <https://blogs.elpais.com/contrapuntos/2015/03/mujeres-latinoamericanas-un-paso-adelante-dos-pasos-atras.html>.

precisam estar atentos aos efeitos sociais mais profundos que suas ações geram sob o capitalismo neoliberal do século XXI: tanto nos contextos locais, como em nível global.

Considerações Finais

As problematizações aqui levantadas evidenciam que as indústrias criativas não apenas reproduzem a lógica excludente do capitalismo neoliberal: elas a reforçam quando os discursos e as práticas sobre crescimento e desenvolvimento econômico, social e ambiental são meramente retóricos. Não obstante, isso elimina a possibilidade de realizar mudanças profundas em nossas sociedades, visando torná-las mais humanas, inclusivas e sustentáveis.

Também é muito comum dizer que as indústrias culturais e criativas promovem o desenvolvimento. O que nem sempre fica claro é o que se compreende exatamente por desenvolvimento e em função de quais interesses ele é impulsionado. Além disso, é fundamental indagarmos: quais conteúdos são difundidos pelos bens e serviços das indústrias culturais e criativas? Será que eles colaboram com a evasão da realidade ou expandem nossas compreensões sobre o papel da cultura na vida social?

Como visto, a cultura dota as pessoas de capacidades para que se apropriem de seus próprios processos de desenvolvimento. No entanto, as mudanças duradouras e transformadoras somente podem ser concretizadas quando uma abordagem centrada nas pessoas e nos lugares constituir o pilar dos programas de desenvolvimento e iniciativas que valorizem a paz; quando as intervenções em áreas que vão da saúde à educação, passando pela equidade de gênero e pela participação dos jovens, levem em conta o contexto cultural, incluindo diferentes valores, condições, recursos, capacidades e limitações locais (PNUD, 2014).

É necessário compreender que a economia criativa não deve ser depositária de expectativas irrealistas, pois, por si só, não pode resolver problemas de pobreza e de desenvolvimento desigual. A implantação de uma economia criativa pode mobilizar ações comprometidas com o alívio/redução da desigualdade social: desde que sejam produzidas mudanças estruturais mais amplas e profundas, capazes de garantir que os trabalhadores criativos não estejam em desvantagem em relação aos outros trabalhadores, como enfatizado no Relatório PNUD (2014).

Seguindo essas premissas, é essencial sublinhar a importância dessas questões em dois sentidos: (a) para que as pessoas compreendam as causas que permitem a perpetuação de desigualdades em diferentes âmbitos da vida social e (b) para que possam se apropriar de ferramentas que permitam superar situações de exclusão – inclusive em relação ao lazer, que está diretamente vinculado aos setores que compõem as indústrias culturais e criativas.

Para finalizar, saliento que as reflexões aqui esboçadas não esgotam o assunto: o deixam em aberto para novos e futuros aprofundamentos. Todas essas problematizações são apenas alguns dos múltiplos olhares que podem ser feitos em relação à humanização e à democratização do acesso de sujeitos de todas as idades, gêneros, etnias e extratos sociais às oportunidades de trabalho e de lazer propiciadas pelas indústrias culturais e criativas neste século XXI.

REFERÊNCIAS

ADORNO, Theodor. A indústria cultural. In: COHN, Gabriel (Org.). **Comunicação e indústria cultural**. 4. ed. São Paulo: EDUSP, 1978. p.287-295.

BENDASSOLLI, Pedro F. *et al.*. Indústrias Criativas: Definição, Limites e Possibilidades. **RAE-Revista de Administração e Empresas**. v. 49, n.1, jan./mar. 2009.

BLYTHE, Mark. The Work of Art in the Age of Digital Reproduction: The Significance of the Creative Industries. **Journal of Art & Design Education**, V. 20, N.2, p.144-150, 2001.

CASTELLS, Manuel. **A sociedade em rede** – a era da informação: economia, sociedade e cultura. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DCMS - Department for Culture, Media and Sport. **Creative industries mapping document**. 1998. Disponível em: <https://www.gov.uk/government/publications/creative-industries-mapping-documents-1998>. Acesso em: 10 abr. 2015.

FIRJAN. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro, 2012. Disponível em: http://www.firjan.org.br/economicriativa/download/Analise_completa.pdf. Acesso em: 10 maio 2014.

_____. **Mapeamento da indústria criativa no Brasil**. Rio de Janeiro, 2014. Disponível em: <http://publicacoes.firjan.org.br/economicriativa/mapeamento2014/#/1/>. Acesso em: 10 maio 2014.

FLORIDA, Richard. **The rise of the creative class**. New York: Basic Books, 2002.

GOMES, Christianne L. Lazer: necessidade humana e dimensão da cultura. **Revista Brasileira de Estudos do Lazer**. Belo Horizonte, v. 1, n.1, p.3-20, jan./abr. 2014. Disponível em: <https://seer.lcc.ufmg.br/index.php/rbel/article/view/327/227>. Acesso em: 10 abr. 2015.

_____. Ocio, recreación e interculturalidad desde el “Sur” del mundo: desafíos actuales. **Revista Polis**. Santiago, v.26, ago. 2010. Disponível em: <http://www.revistapolis.cl/polis%20final/26/art09.htm>. Acesso em: 10 abr. 2015.

_____. **Lazer e trabalho**. Brasília: SESI/DN, 2005.

_____. Estudos do Lazer e geopolítica do conhecimento. **Licere**, Belo Horizonte, v.14, n.3, set. 2011.

_____. Lazer – Concepções. In: _____. (Org.). **Dicionário crítico do lazer**. Belo Horizonte: Autêntica Editora, 2004. p. 133-141.

_____.; ELIZALDE, Rodrigo. **Horizontes latino-americanos do lazer/ Horizontes latinoamericanos del ocio**. Belo Horizonte: Editora UFMG, 2012. Disponível em: http://grupootium.files.wordpress.com/2012/06/horizontes_latino_americanos_lazer_junho_20123.pdf. Acesso em: 27 mar. 2015.

HORKHEIMER, Max; ADORNO, Theodor. **Dialética do esclarecimento**. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 1985.

HOWKINS, John. **The creative economy**: How people make money from ideias. Allen Lane: The Penguin Press, 2001.

PNUD - Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. **Informe sobre la economía creativa** – Ampliar los cauces de desarrollo local – edición especial. México: UNESCO, 2014. Disponível em: <http://www.unesco.org/culture/pdf/creative-economy-report-2013-es.pdf>. Acesso em: 10 abr. 2015.

_____. - Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo. **Economía creativa: Una opción factible de desarrollo**. Chile: INACAP, 2010. Disponível em: http://unctad.org/es/Docs/ditctab20103_sp.pdf. Acesso em: 10 abr. 2015.

WERNECK, Christianne L.G.; STOPPA, Edmur; ISAYAMA, Hélder F. **Lazer e mercado**. Campinas: Papyrus, 2001.

WOLFF, Simone. Desenvolvimento local, empreendedorismo e “governança” urbana: onde está o trabalho nesse contexto? **Caderno CRH**, Salvador, V.27, N.70, p.131-150, jan./abr. 2014. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ccrh/v27n70/10.pdf>. Acesso em: 15 mar. 2015.

Endereço da Autora:

Christianne Luce Gomes
DEF/EEFFTO/UFMG
Av. Antonio Carlos 6627 – Campus UFMG, Pampulha.
Belo Horizonte – MG – 31270-901
Endereço Eletrônico: chris@ufmg.br