

Como a Economia Criativa pode contribuir para a valorização e a preservação do Patrimônio Histórico e Cultural

Autora: Prof. Dra. Cláudia Sousa Leitão

Instituição: Universidade Estadual do Ceará – UECE

e-mail: claudiasousaleitao@yahoo.com.br

Um dos grandes desafios das políticas públicas culturais é o de ampliar os significados do patrimônio cultural. A Constituição Federal de 1988 estabelece, em seus artigos 215 e 216, a competência do Estado de garantir o exercício dos direitos culturais e o acesso às fontes de cultura, de valorizar e incentivar a produção cultural e a difusão das manifestações culturais, além de preservar o patrimônio nacional. No seu artigo 216, (in CUNHA FILHO, 1988) amplia o conceito de patrimônio cultural brasileiro, definindo que:

Constituem patrimônio cultural brasileiro os bens de natureza material e imaterial, tomados individualmente ou em conjunto, portadores de referência à identidade, à ação, à memória dos diferentes grupos formadores da sociedade brasileira, e nos quais se incluem:

- as formas de expressão;
- os modos de criar, fazer e viver;
- as criações científicas, artísticas e tecnológicas;
- as obras, objetos, documentos, edificações e demais espaços destinados às manifestações artístico-culturais;
- os conjuntos urbanos e sítios de valor histórico, paisagístico, artístico, arqueológico, paleontológico, ecológico e científico;

Penso que um gestor cultural deve conhecer o art. 216 da Constituição brasileira e ter consciência do espectro de representações que dizem respeito ao patrimônio cultural. Este se encontra nas expressões do cotidiano, nos saberes e fazeres tradicionais, nas artes e nas ciências, nas paisagens, nas edificações, nos objetos, nos conjuntos arqueológicos, nos modos de criar. É tamanho o espectro desses bens materiais e imateriais e tão reduzidas as capacidades do Estado de conhecê-los para reconhecê-los!

Sobre as responsabilidades acerca do patrimônio cultural, a Constituição prevê, ainda no seu artigo 216, que: “O poder público, com a colaboração da comunidade, promoverá e protegerá o patrimônio cultural brasileiro, por meio de inventários, registros, vigilância, tombamento e desapropriação, e de outras formas de acautelamento e preservação”.

Todas essas questões tornam-se especialmente difíceis para a gestão cultural, quando se referem ao patrimônio cultural imaterial. A própria denominação de “imaterial” suscita grandes desafios para o campo jurídico, pois o imaterial diz respeito ao impalpável, ao intangível. Embora o Instituto do Patrimônio Histórico e Artístico Nacional – IPHAN tenha sido criado antes do próprio Ministério da Cultura, seu primeiro grande foco de atuação limitava-se à salvaguarda do patrimônio material ou edificado:

A tradição do antigo SPHAN, por exemplo, deriva de uma postura eminentemente patrimonial voltada à restauração de monumentos de pedra e cal, além de obras de arte do passado, o qual subestima o patrimônio imaterial, fruto da “pequena tradição”, ou seja, o patrimônio produzido pelas classes populares, denominado de ‘folclore’. (MICELI, 1984, p.107).

As políticas relativas ao patrimônio imaterial acabarão sendo tardias, ressaltando-se que, somente através do Decreto n. 3.551, de 04 de agosto de 2000, é instituído o Programa Nacional do Patrimônio Imaterial. Esse Programa se propõe a viabilizar projetos de identificação, reconhecimento, salvaguarda e promoção da dimensão imaterial do patrimônio cultural, através de parcerias com instituições dos governos federal, estadual e municipal, universidades, organizações não-governamentais, agências de desenvolvimento e organizações privadas ligadas à cultura, à pesquisa e ao financiamento, tendo os seguintes objetivos (IPHAN, s.a):

- Implementar política de inventário, Registro e Salvaguarda de Bens Culturais de Natureza Imaterial;
- Contribuir para a preservação da diversidade étnica e cultural do país e para a disseminação de informações sobre o patrimônio cultural brasileiro a todos os segmentos da sociedade;

- Captar recursos e promover a constituição de uma rede de parceiros com vistas à preservação, valorização e ampliação dos bens que compõem o patrimônio cultural brasileiro;
- Incentivar e apoiar iniciativas e práticas de preservação desenvolvidas pela sociedade.

O Programa Nacional do Patrimônio Imaterial também define diretrizes para o fomento do Patrimônio Cultural Imaterial, quais sejam (IPHAN, 2007):

- Promover a inclusão Social e a melhoria de vida dos produtores e detentores do patrimônio cultural imaterial;
- Ampliar a participação dos grupos que produzem, transmitem e atualizam manifestações culturais de natureza imaterial nos projetos de preservação e valorização desse patrimônio;
- Promover a salvaguarda de bens culturais imateriais por meio do apoio às condições materiais que propiciam sua existência, bem como pela ampliação do acesso aos benefícios gerados por essa preservação;
- Implementar mecanismos para a efetiva proteção de bens culturais imateriais em situação de risco;
- Respeitar e proteger direitos difusos ou coletivos relativos à preservação e ao uso do patrimônio cultural imaterial.
- O registro dos bens culturais de natureza imaterial é definido, pelo Decreto, enquanto instrumento legal para reconhecimento e valorização do patrimônio cultural imaterial brasileiro. Os bens registrados são inscritos nos Livros de Registro dos Saberes, das Celebrações, das Formas de Expressão e dos Lugares, assim definidos:
 - Os saberes ou modos de fazer são atividades desenvolvidas por atores sociais conhecedores de técnicas e de matérias-primas que identificam um grupo social ou uma localidade;
 - As celebrações são ritos e festividades associados à religiosidade, à civilidade e aos ciclos do calendário, que

participam fortemente da produção de sentidos específicos de lugar e de território;

- As formas de expressão são formas não-linguísticas de comunicação associadas a determinado grupo social ou região, traduzidas em manifestações musicais, cênicas, plásticas, lúdicas ou literárias;
- Os lugares são espaços onde ocorrem práticas e atividades de natureza variadas, tanto cotidianas quanto excepcionais, que constituem referência para a população.

A ênfase do Governo federal às políticas para o patrimônio imaterial, especialmente, a partir de 2003, influenciará as pastas estaduais e municipais de cultura em todo o país. Através da criação da Secretaria das Identidade e da Diversidade Cultural no Ministério da Cultura, o IPHAN passa a contar com uma nova estrutura, que reforçaria a promoção de uma política de reconhecimentos e registros das expressões culturais tradicionais e populares brasileiras. A partir do governo Lula, portanto, o Estado passa a resgatar e a reabilitar os significados do “folclore” para a cultura brasileira, considerando-o fundamental para o desenvolvimento do país.

Essa nova atitude é denominada pelo ministro Gilberto Gil de “do-in antropológico”, ou seja, a emergência e urgência de políticas, programas e ações que deveriam “massagear” pontos vitais do “corpo cultural” brasileiro, permitindo-lhe uma maior e melhor dinâmica. Dizia o ministro, no Programa Cultural de Desenvolvimento do Brasil: “trata-se de avivar o velho e atizar o novo, porque a cultura brasileira não pode ser pensada fora desse jogo, dessa dialética entre tradição e invenção, numa encruzilhada de matrizes milenares e informações e tecnologias de ponta” (MinC, 2006). Os registros, realizados pelo IPHAN, do Samba de Roda do Recôncavo Baiano, do Ofício das Baianas do Acarajé, do Círio de Nazaré, da Feira de Caruaru, do Samba do Rio de Janeiro, do Tambor de Crioula no Maranhão, da Viola do Cocho do Pantanal, da Cachoeira do Iauaretê e do Frevo de Pernambuco, são exemplos dessa nova presença do Estado na valorização de seu patrimônio imaterial brasileiro.

A Secretaria da Identidade e da Diversidade Cultural (SID) atuaria, no seu nascedouro, com a formulação de políticas públicas para as culturas populares, indígenas, LGBT e ciganos; em seguida, avançaria para as áreas da infância, juventude e velhice, para a saúde mental, os deficientes e a saúde do trabalhador, assim como para as questões de gênero. O Ministério da Cultura, passava a ver refletida, em sua estrutura, a diversidade cultural de um país, cujas populações tiveram historicamente cassado o seu protagonismo. Formular políticas públicas para a diversidade cultural com e para as minorias implicaria na capacidade do MinC de conhecer essas minorias, de identificar suas demandas, ao mesmo tempo, de lhes propor formas mais simples e menos burocráticas de relacionamento.

Ora, essa diversidade cultural, praticamente invisível no país, teve historicamente grandes dificuldades de ser o objeto de políticas públicas. Por outro lado, os instrumentos de financiamento e fomento à essa diversidade também foram insatisfatórios. Sem dúvida, a hegemonia do financiamento à cultura produzida pelas leis de incentivo contribuiu para o desamparo das expressões culturais brasileiras, especialmente daquelas que não possuem natureza “comercial”.

Se as políticas de fomento do Ministério da Cultura não conseguiram evitar o crescimento da Lei Rouanet, as políticas de preservação e registro do patrimônio imaterial do próprio IPHAN obtiveram grande conexão com as políticas de valorização das culturas tradicionais populares, formuladas pela SID, avançando-se em uma visão do patrimônio cultural. Esses avanços foram frutos da sintonia do Ministério com as grandes instituições internacionais, como a UNESCO, que renovavam os significados de cultura, despertando para a diversidade cultural como estratégia de desenvolvimento. Toda essa efervescência cultural passou a chegar mais rapidamente aos estados e municípios, a partir de 2003, e os secretários estaduais e municipais de cultura passam a perceber que o patrimônio imaterial, a maior riqueza cultural brasileira, ganha prestígio na paisagem cultural do país.

Mas, como realizar um trabalho de qualidade, na área do patrimônio, com a exígua estrutura de recursos humanos das secretarias de cultura do país? Em geral dispõe-se de um pequeno núcleo de arquitetos dedicados ao patrimônio edificado, e de pouquíssimos antropólogos que voltados ao registro do patrimônio imaterial. E no âmbito da formulação de políticas para o patrimônio imaterial, como atuar de forma competente sem contar com a presença de antropólogos, historiadores, geógrafos e demais

especialistas da área? Se as Secretarias passam a possuir um Conselho Estadual do Patrimônio Cultural, que se ocupa dos tombamentos estaduais relativos aos bens edificados, por que, em geral, estes Colegiados ainda se ocupam insatisfatoriamente das políticas de registro do patrimônio imaterial?

Mas, se há um Brasil inovador, ele se encontra nas periferias das capitais que constituem o nosso grande país, espécies de “celeiros”, reconhecidos mundialmente pelas suas tecnologias sociais, assim como pela diversidade de suas expressões culturais. Contudo, a imensa produção de bens e serviços culturais oriunda desses “territórios criativos” é quase sempre invisível, seja como ativo cultural (enquanto espaços privilegiados para a criação, difusão e fruição desses bens), seja enquanto insumo econômico (no seu potencial de produção de riqueza e distribuição de renda), seja ainda, como estratégia de consolidação da cidadania (em função de sua capacidade de restituir às populações excluídas sua autoestima e dignidade).

A riqueza do patrimônio cultural brasileiro ainda possui grande invisibilidade e, por isso, é vítima de desamparo no que concerne as políticas públicas. Desconhecemos, sobretudo no patrimônio cultural produzido pela juventude das periferias brasileiras, um patrimônio cultural em construção e em constante reinvenção, caracterizado pelas formas originais a partir das quais essa juventude vem produzindo novas vivências e sobrevivências, aproximando a vida da arte e a arte da vida.

Por isso, no novo século, a saída para o desenvolvimento sustentável está e estará cada vez mais nas mãos do protagonismo juvenil. E, pela sua própria natureza, essa juventude transfigura cotidianamente saberes tradicionais em produtos contemporâneos, desmontando mentalidades, criando novos modelos de negócio, sempre em busca de alternativas para as suas vidas. Trata-se de uma “ética da estética”, que amplia os significados da economia criativa, ao mesmo tempo em que a aproxima da economia solidária, ao considerar a produção cultural como uma forma de construção de um desenvolvimento mais cooperativo e, por isso, mais humano.

Em tempos globalizados, em que a dimensão simbólica dos bens e serviços potencializa a força e o prestígio dos países na ordem internacional, os países do Sul, especialmente, o Brasil, necessitam conhecer, para reconhecer, suas expressões culturais, assim como suas práticas empreendedoras. Do artesanato à cultura digital, da moda ao hip-hop, da gastronomia às artes de rua, as periferias brasileiras vêm construindo o imaginário desse

país, embora ainda não sejam consideradas territórios estratégicos de uma criatividade produtora e distribuidora de riqueza.

Sobre a Economia Criativa e seus significados para o Brasil

A expressão “economia criativa” nasce da expressão proposta pelo Governo australiano, há duas décadas (“Creative Australia”), ou seja, um país cujo modelo de desenvolvimento fundamenta-se nas indústrias culturais e criativas. Este conceito, que tem deslocado o interesse de países em produzir, além do “*made in*” o “*created in*”, vem se alastrando do mundo anglo-saxão para outros países e continente, contudo o mesmo não pode nem deve ser apropriado inteira e absolutamente, no seu significado original, para os países da América Latina e do Caribe.

O Brasil, na sua tarefa de liderança para os países do Cone Sul, possui a tarefa de formular e implantar políticas públicas voltadas a um novo desenvolvimento, a partir de seus ativos culturais, mas deve resistir à tentação de copiar modelos exógenos de desenvolvimento em seu território. Necessitamos estar atentos aos riscos de implantarmos modelos exógenos de desenvolvimento. No que concerne, por exemplo, à política de direitos autorais (chave do conceito de indústrias criativas) sofremos pressões para implantar sistemas anti-pirataria, embora essas medidas sejam pouco relevantes para o campo cultural e criativo, ao passo que, em questões como a proteção do conhecimento tradicional (recurso maior das economias criativas em nosso país) não possuimos políticas e programas eficazes, efetivos e eficientes de valorização. De fato, as grandes multinacionais, que vão se beneficiar desses sistemas, não vão investir na cultura local nem na criação de condições e postos de trabalho entre nós. E, por isso, o patrimônio cultural torna-se refém de conteúdos e de decisões políticas, sempre ao serviço do capitalismo global.

Sabemos que os dados que constam dos relatórios internacionais sobre a América Latina e o Caribe ora são inexistentes, ora são pouco expressivos, refletindo sua impotência na construção de novos indicadores e outras métricas que possam agregar conhecimento a esses "territórios criativos" onde se produz muita arte, muita cultura, onde se tem uma classe criativa forte, quase sempre mergulhada na informalidade, mas que, infelizmente, não é mensurada como são contabilizados os impactos das indústrias culturais e criativas do mundo ocidental. "Nos países mais pobres, a maioria da produção cultural ocorre na economia informal e, geralmente, pode ser a única forma de geração de renda para comunidades inteiras." (UNCTAD; 2010)

Foi com essa compreensão do seu papel de liderança na construção de um novo modelo de economia criativa capaz de se integrar à economia solidária que, em 2012, foi criada no Governo Dilma Rousseff a Secretaria da Economia Criativa no Brasil. Uma das primeiras decisões políticas tomadas foi a de se ampliar o escopo dos setores culturais para os setores criativos (vide FIG. 1), entendidos como **aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de um produto, bem ou serviço, cuja dimensão simbólica é determinante do seu valor, resultando em produção de riqueza cultural, econômica e social** (PLANO SEC, 2011).

Setores criativos / Setores culturais



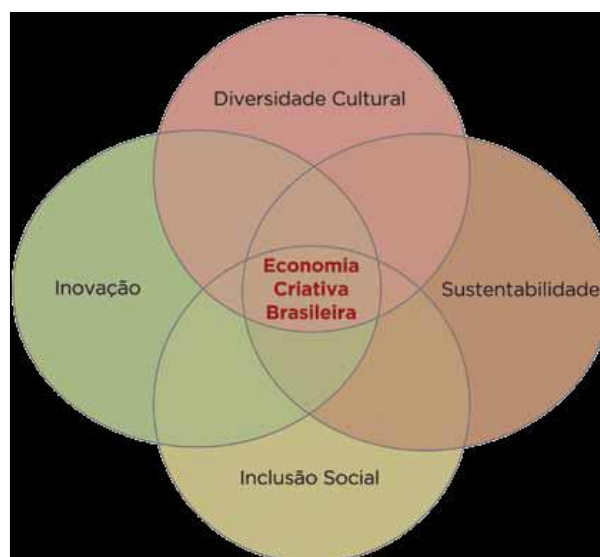
Fonte: Plano Secretaria da Economia Criativa, 2011

No Brasil, a grande preocupação da nova Secretaria era a de não reduzir os significados da “economia criativa” somente ao âmbito das “indústrias criativas”. Por isso, para a SEC o objetivo da formulação de políticas públicas se dirigia sobretudo **às dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de criação, produção, distribuição/circulação/difusão e consumo/fruição de bens e serviços oriundos dos setores criativos, caracterizados pela prevalência de sua dimensão simbólica**. Esta definição de economia criativa passou a ganhar, no Brasil, um foco específico para os micro e pequenos empreendedores dos setores culturais e criativos, diferentemente, da lógica das indústrias culturais e criativas dos países ricos.. Em países pobres economicamente mas com grande diversidade cultural, a economia criativa deveria ser ampliada á criação dos pequenos e, para isso, seria preciso ir além do tradicional

framework da UNESCO e da UNCTAD. Assim foram definidos os setores culturais e criativos no Ministério da Cultura, ressaltado-se o papel estratégico do patrimônio imaterial.

A economia criativa brasileira, a partir do Plano da SEC, somente se desenvolveria de modo consistente e adequado às diversas realidades regionais, por incorporar aos seus significados os princípios da diversidade cultural como ativo estratégico do país, da sustentabilidade como fator de desenvolvimento local e regional, da inovação como vetor de desenvolvimento da cultura e das expressões de vanguarda e, por último, da inclusão social (inclusão produtiva) como base de uma economia cooperativa e solidária.

Conforme pode ser analisado, a economia criativa no Brasil assim se foi estruturada, relevando-se, nela a intersecção destes princípios.



Diversidade Cultural

Uma economia cuja base, ambiência e riqueza se dão graças à diversidade cultural do país. A criatividade brasileira é, portanto, processo e produto dessa diversidade. Na Convenção sobre a Proteção e Promoção da Diversidade das Expressões Culturais, da UNESCO (2007), essa compreensão é reforçada: A diversidade cultural cria um mundo rico e variado que aumenta a gama de possibilidades e nutre as capacidades e valores humanos, constituindo, assim, um dos principais motores do desenvolvimento

sustentável das comunidades, povos e nações. A economia criativa brasileira deve então se constituir numa dinâmica de valorização, proteção e promoção da diversidade das expressões culturais nacionais como forma de garantir a sua originalidade, a sua força e seu potencial de crescimento.

Sustentabilidade

O debate sobre o tema desenvolvimento nas últimas décadas vem sendo ampliado, indo além das tradicionais concepções econométricas e quantitativas. Promover e avaliar o nível de desenvolvimento de um país tem se tornado uma tarefa bastante difícil, afinal outras dimensões passaram a ser evidenciadas como importantes, demonstrando que muitas práticas desenvolvimentistas, mesmo gerando ganhos econômicos elevados, acabaram por impactar negativamente as condições de vida da humanidade. O uso indiscriminado de recursos naturais e de tecnologias poluentes nas estruturas produtivas, com o objetivo de obter lucros e garantir vantagens competitivas no curto-prazo, acabou por gerar grandes desequilíbrios ambientais. A proliferação de uma cultura de consumo global massificou mercados com a oferta de produtos de baixo valor agregado, destituídos de elementos originais e identificadores de culturas locais. Desta forma, aqueles que têm maior capacidade produtiva passam a dominar um mercado que se torna compulsivo e pouco crítico. A homogeneidade cultural passa a oprimir a diversidade, impossibilitando o desenvolvimento endógeno. Em função dessas considerações, é importante definir qual tipo de desenvolvimento se quer obter, quais as bases desse desenvolvimento e como ele pode ser construído de modo a garantir uma sustentabilidade social, cultural, ambiental e econômica em condições semelhantes de escolha para as gerações futuras.

Inovação

O conceito de inovação está essencialmente imbricado ao conceito de economia criativa, pois o processo de inovar envolve elementos importantes para o seu desenvolvimento. A inovação exige conhecimento, a identificação e o reconhecimento de oportunidades, a escolha por melhores opções, a capacidade de empreender e assumir riscos, um olhar crítico e um pensamento estratégico que permitam a realização de objetivos e propósitos. Se antes o conceito de inovação tinha uma correspondência direta com crescimento econômico, quantitativamente falando; hoje ele é compreendido tanto como aperfeiçoamento do que está posto (inovação incremental), quanto como

criação de algo totalmente novo (inovação radical). Incremental ou radical, a inovação em determinados segmentos criativos (como design, as tecnologias da informação, os games etc.) tem uma relação direta com a identificação de soluções aplicáveis e viáveis, especialmente nos segmentos criativos cujos produtos são frutos da integração entre novas tecnologias e conteúdos culturais. Ela pode se dar tanto na melhoria e/ou na criação de um novo produto (bem ou serviço) como no aperfeiçoamento e redesenho total de um processo. No campo das artes, a inovação possui outros significados que não se referem aos demais segmentos criativos anteriormente citados. Pelo contrário, no campo da cultura, a inovação pressupõe a ruptura com os mercados e o status quo. Por isso, a inovação artística deve ser apoiada pelo Estado, o qual deve garantir, através de políticas públicas, os produtos e serviços culturais que não se submetem às leis de mercado. Assumir a economia criativa como vetor de desenvolvimento, como processo cultural gerador de inovação, é assumi-la em sua dimensão dialógica, ou seja, de um lado, como resposta a demandas de mercado, de outro, como rompimento às mesmas.

Inclusão Social

No Brasil, onde a desigualdade de oportunidades ainda é evidente, não se pode deixar de assumir a inclusão social como princípio fundamental para o desenvolvimento de políticas públicas culturais na área da economia criativa. A efetividade dessas políticas passa pela implementação de projetos que criem ambientes favoráveis ao desenvolvimento desta economia e que promovam a inclusão produtiva da população, priorizando aqueles que se encontram em situação de vulnerabilidade social, por meio da formação e qualificação profissional e da geração de oportunidades de trabalho e renda. Além deste processo de inclusão produtiva, basilar para a inclusão social, o acesso a bens e serviços criativos também emerge como premissa para a cidadania. Uma população que não tem acesso ao consumo e fruição cultural é amputada na sua dimensão simbólica. Nesse sentido, inclusão social significa, preponderantemente, direito de escolha e direito de acesso aos bens e serviços criativos brasileiros.

Os desafios da economia criativa no Brasil

1º Desafio – Levantamento de informações e dados confiáveis sobre a economia criativa

Atualmente no Brasil, os dados levantados sobre a economia criativa nacional são insuficientes no sentido de permitir uma compreensão ampla das suas características e potenciais. A maior parte das pesquisas existentes é pontual e localizada, impedindo o desenvolvimento de análises aprofundadas quanto à natureza e ao impacto dos setores criativos na economia brasileira. Outro problema se refere ao fato de estes estudos partirem, em sua maioria, de dados secundários, ou mesmo de corresponderem a estimativas que nem sempre coincidem com a realidade. Apesar da existência de alguns indicadores, a ausência de pesquisas que contemplem de modo amplo os diversos setores desta economia impede que haja o conhecimento e o reconhecimento de vocações e oportunidades a serem reforçadas e estimuladas por meio de políticas públicas consistentes.

2º Desafio – Articulação e estímulo ao fomento de empreendimentos criativos

Assim como os empreendimentos tradicionais, os empreendimentos criativos necessitam da disponibilização e do acesso a recursos financeiros para a consecução dos seus objetivos. Apesar do papel e da função, inquestionáveis, assumidos pelos editais públicos de fomento, sabe-se que os mesmos representam uma única face do investimento em cultura que pode e deve ser ampliado no país. As carteiras de empréstimos, concedidos pelas agências de desenvolvimento e fomento e pelos bancos públicos e privados do país, se constituem basicamente por tomadores de crédito atuantes em setores tradicionais. A dificuldade que os empreendimentos criativos têm quando o assunto é a oferta de garantias para a obtenção de crédito é clara. Como aportar garantia a um empréstimo por meio de ativos intangíveis? Some-se a isso o despreparo dos bancos em se relacionar com negócios bastante diferentes dos tradicionais. As dificuldades vão desde a incompreensão dos tempos e dinâmicas de funcionamento destes empreendimentos, para a definição de prazos e carências adequados, até uma incompreensão de códigos sociais e culturais dos agentes econômicos que atuam nesses setores. Esta incompreensão também se dá do ponto de vista dos empreendedores e profissionais criativos não afeitos ou despreparados para a gestão dos seus próprios empreendimentos. Além do fomento financeiro, o fomento ao

reconhecimento, ao desenvolvimento e à replicação de tecnologias sociais também surge como estruturante para a criação e o desenvolvimento desses empreendimentos constituídos em sua maioria por profissionais autônomos e micro e pequenos empreendimentos, formais e informais. A gestão criativa de coletivos, redes, organizações colaborativas e cooperativas, com ou sem fins lucrativos, formais ou informais, tem se consolidado como alternativa de inclusão, inovação e sustentabilidade das iniciativas dos setores criativos.

3º Desafio – Educação para competências criativas

O debate acerca da formação para o desenvolvimento de competências criativas merece atenção e aprofundamento. A construção de competências vai muito além da construção e difusão de conteúdos de natureza técnica, mas envolve um olhar múltiplo e transdisciplinar que integra sensibilidade, técnica, atitudes e posturas empreendedoras, habilidades de comunicação e compreensão de dinâmicas socioculturais e de mercado, análise política e capacidade de articulação. Este profissional, com este tipo de formação, ainda é pouco encontrado em nosso país. Há um grande déficit de ofertas e de possibilidades de qualificação nesse sentido. Grandes artistas carecem de conhecimentos das dinâmicas e dos fluxos dos mercados criativos. Por outro lado, poucos profissionais, integrantes das diversas cadeias produtivas se encontram qualificados para se relacionar com os setores criativos. Países como a Inglaterra e a Austrália, que têm adotado o investimento nos setores criativos como estratégico para o seu desenvolvimento, desenvolvem políticas e programas de formação que buscam atender a essa demanda educacional. Na Inglaterra, a criação de centros de excelência em criatividade e inovação focados para o desenvolvimento de negócios criativos e programas de pós-graduação tem ofertado cursos de especialização, mestrado e doutorado em indústrias criativas; na Austrália, dentre outras iniciativas, destaca-se a da Universidade Tecnológica de Queensland (QUT – Queensland University of Technology) que criou a primeira faculdade de indústrias criativas do mundo, que oferece cursos de graduação, extensão e pós-graduação com metodologias inovadoras e conteúdos interdisciplinares na área. Na Espanha, a Universidade Rey Juan Carlos, sediada em Madrid, criou, em setembro de 2013, o primeiro mestrado em Economia Criativa, Gestão Cultural e Desenvolvimento do país. Outros países que tem se destacado com iniciativas de formação específicas para área são a Argentina e o Chile. No entanto, estas iniciativas apesar de serem significativas, ainda estão muito aquém do

que precisa ser desenvolvido. Como cada um destes setores tem características específicas, seus insumos, processos e atores envolvidos também serão distintos, o que impacta diretamente na identificação dos profissionais envolvidos (tradicionais e novos) e na construção de conteúdos formativos adequados às dinâmicas econômicas e culturais próprias.

4º Desafio – Infraestrutura de criação, produção, distribuição/circulação e consumo/fruição de bens e serviços criativos

É impossível se pensar em políticas públicas padronizadas para todos os setores criativos quando é evidente a existência de uma diversidade de práticas culturais, processos produtivos e tecnologias. Basta analisar as etapas do ciclo de criação, produção, distribuição/circulação e consumo/fruição dos diversos setores para perceber os diferentes contextos e níveis de desenvolvimento. Se para o mercado artesão a infraestrutura necessária para a distribuição de produtos está diretamente relacionada à logística de transporte para a participação em feiras; para o mercado de desenvolvedores de jogos eletrônicos, a velocidade de conexão da banda larga impacta diretamente na agilidade e na eficiência do serviço e na rapidez no processo de distribuição de produtos online. Assim, torna-se um desafio a construção de políticas que se adequem a essas diferentes realidades e necessidades. Historicamente, o fomento público cultural tem privilegiado a etapa de produção, colocando em segundo plano o fomento à circulação/distribuição, considerado principal gargalo do mercado de bens e serviços criativos.

5º Desafio – Criação/adequação de marcos legais para os setores criativos

É incontestável a ausência de marcos legais que sustentem e potencializem as dinâmicas econômicas dos setores culturais e criativos no Brasil. Ainda hoje, por exemplo, realiza-se a desoneração tributária de bens de consumo das indústrias tradicionais (carros, eletrodomésticos etc) em detrimento de uma nova visão capaz de compreender o campo dos bens simbólicos e sua contribuição para o *softpower* dos países. Por isso, urge desenvolver marcos legais de direito público e privado que apoiem os empreendedores e os empreendimentos criativos, dos marcos tributários aos previdenciários e trabalhistas, das regulamentações relativas ao uso da internet aos limites da propriedade intelectual. Enfim, sem uma “bacia institucional” e legal, essa economia continuará periférica em nossos países, tornando-nos destinados ao consumo e não à produção de bens e serviços

culturais e criativos. Por outro lado, necessitamos desenvolver, nós que somos latino-americanos e caribenhos, marcos legais que permitam a circulação/comercialização desses bens e serviços entre nossos países, criando-se, enfim, mercados capazes de consumir os produtos “*created in*”.

Vale, ainda, ressaltar que, enquanto o Ministério e as secretarias de turismo contam com recursos provenientes de bancos internacionais (como o BID e o Banco Mundial) para a infraestrutura turística (na infraestrutura estão contidos os recursos para o patrimônio cultural edificado!), o Ministério da Cultura e respectivas secretarias, por sua vez, não estão aquinhoadas com esses recursos financeiros que viabilizem sua atuação. Ora, se as competências para a valorização e a salvaguarda do patrimônio cultural estão nas pastas da cultura, por que não estão os recursos a elas relativos? Se um Programa de Desenvolvimento para o Turismo, PRODETUR, por que não haveria de existir um Programa de Desenvolvimento da Cultura, um PRODECULT?

Por uma economia criativa brasileira fundamentada nas artesanias e não nas indústrias culturais: os novos papéis do turismo cultural para o desenvolvimento

Para construirmos um modelo de economia criativa que contribua um modelo endógeno de desenvolvimento, necessitamos assumir que a economia do intangível é por natureza transversal e transdisciplinar. Ora, historicamente, as políticas públicas da cultura e do turismo não dialogam no país, o que vem produzindo efeitos danosos nos territórios e suas populações, contribuindo sobremaneira para a (in)sustentabilidade de grandes projetos turísticos. Da mesma forma, urge formular políticas públicas que aproximem e integrem desenvolvimento e Cultura. Já não poderíamos ter produzido uma nova matriz de desenvolvimento, capaz de incluir nossas expressões culturais, nossos valores, nossos comportamentos, presentes nos nossos costumes, nas redes comunicacionais que estabelecemos e nas diversas expressões de solidariedade que construímos? Se, nesse novo século, a cultura começa a ser considerada uma estratégia chave de combate à pobreza, assim como um fator decisivo de coesão social, por que não construirmos uma agenda com o turismo que contribua para um modelo de desenvolvimento menos submisso e mais audacioso?

A natureza fluida da realidade e o distanciamento cada vez mais desconcertante entre as abstrações teóricas e as experiências humanas no século 21 obrigam-nos a rever nossa mentalidade categórica e reducionista, para que possamos identificar princípios geradores e estruturadores que sejam externos a nós. Se desejamos compreender a

complexa teia dos processos sociais, especialmente os de mais larga escala, necessitamos considerar a existência de interesses, instituições, agências e atores dos diversos campos sociais (Knutsson in Arizpe: 2001,140). Essas redes e respectivos *stakeholders* sobre os quais se constroem as relações entre cultura e desenvolvimento, possuem especial complexidade no Brasil, país onde a fusão do arcaico e do moderno invalidam categorias sociológicas. É o caso da categoria “campo” de Pierre Bourdieu, a qual busca definir áreas de interesse profissional. No Brasil, os “campos” se sobrepõem, os indivíduos alternam papéis, vivem e convivem em diversas “constelações” que se territorializam e se desterritorializam, ao sabor de interesses, valores, crenças, hábitos e éticas.

Enfim, ao tratarmos historicamente o desenvolvimento somente a partir de uma matriz econômica, acabamos por subestimar os papéis da cultura enquanto espaço de produção de imaginários e sociabilidades, um eixo estratégico capaz de ampliar e qualificar os significados do desenvolvimento. “É preciso unir a memória de nossa cultura com a intuição de nossas ciências mais avançadas. Precisamos juntar a ciência da nossa modernidade mais moderna com o saber tradicional” (Rocha Pitta: 2005, 62). A advertência de Gilbert Durand poderia simbolizar a chave para novas conexões entre patrimônio cultural e o desenvolvimento.

Bibliografia

- ARIZPE, Lourdes (Org.) As dimensões culturais da transformação global: uma abordagem antropológica. Brasília: UNESCO, 2004.
- BOFF, Leonardo. Saber Cuidar. Ética do Humano – Compaixão pela Terra. Petrópolis: Vozes, 1999.
- BOURDIEU, Pierre. La distinction: critique sociale du jugement. Paris, Les éditions de minuit, 1979.
- CUNHA FILHO, Francisco Humberto. Cultura e Democracia na Constituição Federal de 1988. Rio de Janeiro, Editora Letra Legal, 2006.
- DOWBOR, Ladislau. A Reprodução Social: proposta para uma gestão descentralizada. Petrópolis: Vozes, 1998.
- DUPAS, Gilberto. Economia global e exclusão social: pobreza, emprego, estado e o futuro do capitalismo. São Paulo: Paz e Terra, 1999.
- HERMET, Guy. Cultura e Desenvolvimento. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

INSTITUTO DO PATRIMÔNIO HISTÓRICO E ARTÍSTICO NACIONAL – IPHAN.
Decreto nº 3.551 de 04 de agosto de 2000. Disponível em: <
<http://portal.iphan.gov.br/portal/baixaFcdAnexo.do?id=295>>. Acesso 26.02.2010.

_____. Os sambas, as rodas, os bumbas, os meus e os bois: a trajetória da
salvaguarda do patrimônio cultural imaterial brasileiro. Brasília: Iphan, 2006.

LEITÃO, Cláudia (Org.). Gestão Cultural: significados e dilemas na
contemporaneidade. Fortaleza, Banco do Nordeste, 2003.

LOPES, Carlos. Cooperação e desenvolvimento humano: a agenda emergente para o
novo milênio. São Paulo: Editora UNESP, 2005.

MAFFESOLI, Michel O Mistério da Conjunção: ensaios sobre comunicação, corpo e
socialidade, Porto Alegre, Sulina, 2005.

MENDES, Cândido (org) Representação e Complexidade, Rio de Janeiro, Garamond,
2003.

MICELI, Sérgio. Intelectuais e classe dirigente no Brasil (1920 – 1945). São Paulo:
DIFEL, 1979.

_____. (Org.). Estado e Cultura no Brasil. São Paulo: Difel, 1984.

MORIN, Edgar. Ciência com consciência. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999.

PLANO DA SECRETARIA DA ECONOMIA CRIATIVA: Políticas, diretrizes e ações,
2011-2014).Brasília, Ministério da Cultura, 2012.

ROCHA PITTA, Danielle Perin (org) Ritmos do Imaginário, Recife, Editora da UFPE,
2005.

SANTOS, Milton. Espaço e sociedade. Petrópolis: Vozes, 1979.

_____. O mundo, o Brasil e a globalização: o horror não dura eternamente. Rev. Rumos
do Desenvolvimento, Rio de Janeiro: n. 137. Jun/1997

_____. Por uma outra Globalização: Do pensamento único à consciência universal. Rio
de Janeiro: Record, 2000.

_____. O País distorcido. São Paulo: Publifolha, 2002.

SODRÉ, Muniz. Reinventando a cultura. Petrópolis: RJ, Vozes, 1998.