

Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: O caleidoscópio da cultura

Luciana Guilherme¹

REIS, Ana Carla Fonseca. **Economia da cultura e desenvolvimento sustentável: O caleidoscópio da cultura**. Barueri: Manole, 2007.

Embora nos pareçam lógicas as conexões conceituais entre economia, cultura e desenvolvimento sustentável, em função do amplo debate que vem sendo travado entre representantes do meio acadêmico, político e da sociedade civil organizada, ainda é parco o referencial teórico que se aprofunde no sentido de demonstrar o diálogo e as diversas intersecções entre estas dimensões. De modo pioneiro e bem sucedido, Ana Carla Reis realiza esta empreitada através de um discurso claro, sistematizado e muito bem estruturado. A metáfora do caleidoscópio da cultura é assim destrinchada, a partir de conceitos – contas de vidro – que se constroem e se modificam de acordo com a dinâmica de cada movimento gerador de realidades culturais – imagens multicoloridas - que se multiplicam de modo infinito e variável.

De forma didática, a autora inicia o seu discurso através da delimitação dos conceitos de base de toda a sua narrativa. Assim, economia, cultura e desenvolvimento são claramente definidos como pontos de partida desse aprofundamento. A lógica econômica é discutida e pensada, com suas adaptações, ao campo cultural; a cultura é assumida como caminho para o desenvolvimento sustentável das sociedades a partir do seu impacto econômico e da sua transversalidade intersetorial; e o conceito de desenvolvimento é ampliado, contemplando não apenas sua medida quantitativa relacionada ao crescimento econômico e social, mas incluindo uma dimensão subjetiva fundamental relacionada à ampliação da liberdade de escolha dos indivíduos.

Em seguida, Ana Carla apresenta dados nacionais e internacionais relativos à economia da cultura, destacando a fragilidade dos mesmos quanto a sua confiabilidade, em função da indefinição de critérios e classificações padronizadas relativas à produção, distribuição e ao consumo de bens e serviços culturais. Ainda que esta primeira edição do livro tenha sido publicada em 2007, os dados da cultura no Brasil apresentados estão defasados em relação a este ano. Aparentemente, o livro

¹ Mestre em Administração pela Universidade Estadual do Ceará – UECE, pesquisadora do Instituto Cultural Anima – ICA e professora dos Cursos de Administração e Publicidade&Propaganda da Faculdade 7 de Setembro – FA7 (CE). E-mail: guilherme.luciana@gmail.com

foi escrito antes da publicação dos resultados da pesquisa “Sistemas de Informações Culturais: 2003”, realizada pelo IBGE (2006). A autora cita esta pesquisa no livro ainda como um projeto a ser desenvolvido, resultado do acordo de cooperação técnica assumido pelo MinC e o IBGE durante o Seminário Internacional de Indústrias Criativas, realizado em Salvador, no ano de 2005. Essa pesquisa, hoje publicada, corresponde à sistematização de informações culturais coligidas com base em estatísticas sobre: a produção de bens e serviços, os gastos das famílias e do governo, além das características da mão-de-obra ocupada no setor. Desta forma, seria interessante a inclusão destes dados na próxima edição, ampliando a análise até então desenvolvida.

No que se refere aos dados internacionais, a indefinição de critérios e classificações padronizadas surge novamente como um obstáculo para o desenvolvimento de uma análise comparativa. De qualquer modo, a autora apresenta experiências relativas à sistematização e análise de dados do setor cultural desenvolvidas em países como a França, a Espanha e o Uruguai. Estes exemplos demonstram como a elaboração de políticas públicas culturais só é possível a partir de dados históricos confiáveis relativos a este campo. Assim, tanto na gestão de políticas, projetos ou ações culturais, metodologias de avaliação e estudos de impacto são fundamentais.

Retomando a metáfora do caleidoscópio, os três capítulos seguintes se desenvolvem a partir da dinâmica existente entre demanda, oferta e mercado cultural. A demanda é pensada a partir de três categorias de consumo: público (relativo ao Estado e seus governos); privado individual, ilustrado por dados de consumo relativos ao reino Unido, aos Estados Unidos, à Itália e ao Brasil; e privado pessoa jurídica, correspondente a ações de marketing cultural, filantropia ou investimento social. A oferta de produtos culturais assume como protagonistas os artistas, analisados dentro de um perfil profissional caracterizado por dimensões simbólicas e econômicas: simbólicas, em função das diversas significações resultantes da suas criações e expressões artísticas; econômicas, como processo industrial gerador de emprego e renda relacionados à oferta e posterior consumo de bens e serviços culturais. O mercado cultural, resultante de relações na maioria das vezes desequilibradas entre oferta e demanda, é apresentado considerando-se aspectos relativos ao caráter simbólico e econômico dos bens e serviços culturais. É dado destaque à relevância e à necessidade de investimentos em equipamentos culturais tradicionais e canais de

distribuição alternativos, que promovam a acessibilidade democrática aos produtos artístico-culturais, ponto crítico do mercado cultural.

A análise da dinâmica deste mercado é ampliada pela discussão acerca do conceito e da relevância da elaboração e implementação de políticas públicas de cultura, compreendidas a partir da definição de “programas de intervenções realizadas pelo Estado, instituições civis, entidades privadas ou grupos comunitários” (COELHO *apud* REIS, p.140). Assim, o protagonismo deste tipo de política é entendido muito além da atuação dos governos. A transversalidade da cultura é defendida com uma condição *à priori* para o desenvolvimento sustentável. A cultura é compreendida como um amálgama que correlaciona e reforça as demais políticas, sejam estas sociais, educacionais, ambientais ou econômicas. Exemplos podem ser constatados em diversos países, demonstrando como este discurso pode ser convertido em prática, como políticas públicas de cultura podem ser convertidas em projetos e ações culturais efetivas.

Como instrumentos de implementação da política de cultura nacional, os bancos de desenvolvimento, as empresas públicas, os incentivos fiscais e as leis de incentivo à cultura, dentre outros, são descritos como mobilizadores de recursos e investimentos para o desenvolvimento do campo cultural. Estes instrumentos são analisados de forma lúcida, considerando-se benefícios atingidos e limitações a serem superadas. Este debate acerca do poder de intervenção e controle do Estado sobre a dinâmica cultural é ampliado quando a autora considera os instrumentos multilaterais de intervenção resultantes de pressões, interesses e acordos que vão além dos limites nacionais. A complexidade de relacionamentos e interesses nacionais, internacionais e interinstitucionais delinea deste modo este grande fórum de discussão sobre alternativas de investimento e mobilização do mercado cultural.

Chega-se então ao ápice deste debate caleidoscópico, quando cultura e desenvolvimento passam a ser analisados sob uma perspectiva integrada. O conceito de desenvolvimento multifacetado é apresentado muito além de suas fronteiras econômicas, sendo ampliado para a noção de desenvolvimento humano que contempla múltiplas variáveis da vida humana. Há então uma incorporação de novos critérios de análise do desenvolvimento de países ou comunidades. A cultura passa a ser assumida como “liga” da integração das dimensões econômicas e sociais, base desta conjugação. E assim mais uma vez o conceito de desenvolvimento é expandido, agora a partir de uma perspectiva de sustentabilidade que considera não apenas as

necessidades do presente, mas compromete-se com “a habilidade das futuras gerações de atender às suas próprias necessidades.” (REIS, p.221). A cultura tem seu papel redefinido nas estratégias de desenvolvimento, adotadas a partir da implantação de políticas públicas de governos e de organizações privadas. A avaliação da efetividade destas políticas passa pela definição de indicadores econômicos, culturais e de desenvolvimento.

De modo complementar, a autora defende o turismo cultural relacionado ao patrimônio, material e imaterial, como estratégia de desenvolvimento sustentável. Dados relativos à visitação de grandes destinos turísticos internacionais comprovam o potencial de crescimento deste segmento como gerador de riquezas, empregos e distribuição de renda.

O caleidoscópio da cultura assume então o seu último movimento nesta obra, quando Ana Carla apresenta o conceito de indústrias criativas, ainda em formação, mas que contempla as atividades dos agentes (organizações e profissionais) cujos produtos resultam de uma matriz criativa. Os bens e serviços culturais são produtos criativos por excelência, e por isso são considerados estratégicos para o desenvolvimento da economia mundial. O debate desenvolvido neste último capítulo demonstra o potencial e a efetividade destas indústrias como rotor de desenvolvimento econômico e sócio-cultural das nações. Os dados apresentados merecem atualização para a próxima edição deste livro em função da publicação do Creative Economy Report 2008, um relatório resultante da parceria entre a UNCTAD (United Nations Conference on Trade and Development) e a UNPD (United Nations Development Programme). Outras entidades e pesquisadores de renome internacional também contribuíram com a elaboração deste documento. Ana Carla Reis participou como consultora internacional neste processo.

Este livro então, cumpre com sua função de enriquecer o debate teórico-prático de um tema tão relevante e emergente para o desenvolvimento sustentável da economia mundial, servindo como pontapé inicial para novas discussões e aprofundamentos sobre estas questões.