

ECONOMIA CRIATIVA: UMA POLÍTICA PÚBLICA DA ECONOMIA PARA A CULTURA E SUA INTEGRAÇÃO NA POLÍTICA ECONÔMICA DO GOVERNO FEDERAL

Rodrigo Cazes Costa¹

RESUMO: Este artigo tem por objetivo investigar o recente fenômeno a respeito da utilização da terminologia Economia Criativa, principalmente no Brasil. A preocupação é com as consequências que as políticas públicas para a Economia Criativa possuem quando relacionadas às políticas culturais. A hipótese é que, no caso da política do governo federal para a Economia Criativa no Brasil, apresentada por meio de um Plano que abrange o triênio 2011-2014, a questão econômica se sobrepõe à cultural, sendo a SEC do MinC mais um braço para a efetivação das políticas econômicas do governo federal.

PALAVRAS-CHAVE: Economia Criativa-Economia da Cultura- Políticas Culturais

1-Breve panorama da Economia Criativa no Brasil

A utilização do termo Economia Criativa vem ganhando espaço quando se trata da discussão de políticas públicas para o setor cultural no Brasil. O Ministério da Cultura possui uma Secretaria da Economia Criativa, surgida em 2012 pelo Decreto 7743 a qual se transformou em importante elemento para a elaboração de políticas culturais. O CNPq, em 2013, lançou chamada para apoiar pesquisas que tenham ligação com a temática da Economia Criativa, o que demonstra a importância que vem ganhando o debate e a pesquisa a respeito do assunto nos meios acadêmicos. No entanto, uma leitura atenta da chamada revela um desejo de que os projetos para lá enviados não tivessem um conteúdo exatamente crítico a respeito do que existe de simbólico no uso do termo Economia Criativa. O artigo II. 2.3.3 da chamada discorre a respeito dos eixos temáticos que podem ser objeto dos estudos:

1. Marcos legais para a economia criativa brasileira (tributários, trabalhistas, previdenciários e administrativos);
2. Empreendedorismo cultural e criativo;
3. Territórios criativos (APLs, cidades, bairros, polos etc.);
4. Associativismo, cooperativismo e autogestão de empreendimentos e profissionais criativos;
5. Capacitação técnica e gerencial de profissionais e empreendimentos criativos;
6. Inovação em cultura.

¹ Doutor, UFF- Rio das Ostras, Produção Cultural- rcazesc@hotmail.com

Tais eixos temáticos devem estar associados com variadas expressões do campo cultural, que são descritas no artigo II. 2.3.4: Patrimônio Cultural e Natural, Museu, Artesanato, Culturas Populares, Culturas Indígenas, Culturas Afro-brasileiras, Artes Visuais, Arte Digital, Dança, Música, Circo, Teatro, Audiovisual (incluindo jogos eletrônicos), Livro, Publicações e Mídias Impressas, Leitura e Literatura, Moda, Design, Arquitetura e Urbanismo, Gastronomia Regional e Turismo Cultural.

Os eixos temáticos descritos no artigo II. 2.3.3 são aqueles cujo vocabulário é típico dos defensores da utilização da terminologia Economia Criativa em se tratando de políticas públicas para a cultura. Termos como empreendedorismo, territórios criativos e inovação fazem parte comum do jargão dos entusiastas da Economia Criativa. Em conjunto com os marcos legais (legislação) dão forma às políticas públicas para a cultura executadas a partir do uso do termo Economia Criativa.

É compreensível e, mais do que isso, desejável, que haja pesquisas para o estudo da Economia Criativa no âmbito das universidades e, também, de outras instituições ligadas ao estudo e à prática de atividades culturais. No entanto, a leitura dessa chamada do CNPq me parece mais um sintoma da moda que há no uso do termo Economia Criativa do que uma tentativa de elucidar melhor as questões que acompanham a utilização dessa terminologia nas políticas públicas de cultura. O acompanhamento dos projetos vencedores da chamada poderá confirmar, ou não, essa hipótese.

Pablo Ortellado (2011) traça uma diferenciação entre Economia Criativa e Economia Social da Cultura, privilegiando a segunda sobre a primeira, enfatizando que a Economia Criativa busca a articulação de grandes *players* em torno da defesa de seus interesses, como proteção da propriedade intelectual, a obtenção de financiamentos e incentivos para projetos ligados à Economia Criativa em condições facilitadas de crédito e o incentivo para o surgimento de *clusters*, locais onde estarão física e geograficamente concentrados os empreendimentos ligados a um ou vários dos segmentos pertencentes à Economia Criativa.

Para Ortellado a criação da Secretaria da Economia Criativa na gestão da ministra Ana de Hollanda no MinC demonstra a mudança de rumos no ministério em relação às gestões dos ministros Gilberto Gil e Juca de Oliveira. Nas gestões desses ministros o ministério era orientado pela Economia Social da Cultura, cujo principal objetivo é beneficiar pequenos produtores independentes por meio de ações como novos marcos para o direito autoral e a preocupação com a criação de políticas culturais para a produção e distribuição em mídias digitais visando à democratização da produção e do acesso a bens culturais.

Na gestão da ministra Ana de Hollanda a orientação das políticas públicas seria em sentido contrário, com o surgimento da Secretaria da Economia Criativa como sintoma. No entanto, conforme abordado no próximo capítulo, a questão é mais nuançada e uma leitura do Plano da Secretaria da Economia Criativa do MinC para o triênio 2011-2014 demonstra isso.

Em relação aos megaeventos previstos para ocorrerem no Brasil em 2014 (Copa do Mundo) e 2016 (Jogos Olímpicos), a utilização do termo Cidades Criativas também ganha força no contexto da elaboração de políticas públicas para a cultura no Brasil. Descendente da Economia Criativa, essa terminologia diz respeito a cidades que estão impregnadas de atividades ligadas à Economia Criativa. Um dos principais teóricos da Economia Criativa no Brasil, Ana Carla Fonseca Reis, em texto escrito em conjunto com o economista André Urani, assim apresenta a definição de cidades criativas, a partir de uma perspectiva brasileira:

Uma cidade criativa torna-se atraente e para pessoas criativas tendo por pilares a capacidade de seus habitantes de colocar a criatividade em prática e um ambiente cultural e econômico favorável a isso. Por consequência, as indústrias e talentos que se sentem atraídos e chegam à cidade reforçam sua base criativa, em um ciclo positivo. Ao invés de privilegiar a presença de uma classe criativa, de um grupo de pessoas no seio urbano, a cidade criativa é sistêmica, integrada e incentiva a eclosão da criatividade de todas as profissões, de forma complementar. (REIS e URANI, 2011, p.32).

Como em muitos textos voltados à Economia Criativa e suas extensões, esse traz vários termos pertencentes aos jargões da economia e da administração que, muitas vezes, funcionam mais como slogans do que como conceitos e terminologias utilizados rigorosamente. O próprio uso do termo criatividade é bastante complicado, já que sempre houve, por parte do ser humano, em todos os tempos e em todas as culturas, o uso da criatividade. Então de que criatividade falam os textos a respeito da Economia Criativa? É um uso localizado da palavra criatividade que não parece muito rigoroso, mas cujas origens podem ajudar a compreender seus objetivos.

A partir da constatação de que vivemos um momento do capitalismo que aponta para uma sociedade pós-industrial, ou seja, uma sociedade na qual o peso da participação da indústria no PIB é cada vez menor em relação ao setor de serviços surgiu a necessidade de reorientar as políticas públicas voltadas à área econômica com o objetivo de incentivar o setor de serviços, aumentando seu potencial de lucro. Aparecem, assim, as ideias de Economia Criativa e Indústrias Criativas. O marco para o início do uso dessas terminologias para políticas públicas pode ser estabelecido a partir do projeto *Creative Nation*, surgido na Austrália em 1994. O projeto defendia a importância do trabalho criativo para a economia do

país, assim como alertava para a importância da tecnologia como aliada das políticas culturais.

Mas foi na Grã-Bretanha do final dos anos 1990, durante o governo Tony Blair, que a Economia Criativa passou a ser vista como uma importante oportunidade de negócios e foi realizado um extenso mapeamento do setor. Foram catalogadas, então, treze áreas de atividades estratégicas que englobam a Economia Criativa. Dentre essas treze áreas há muitas que não estão habitualmente incluídas em políticas culturais, como design, moda e software. Posteriormente, em 2001, surge o primeiro teórico da Economia Criativa, John Howkins, que define que a Economia Criativa lida com ideias, é o negócio das ideias. Ou seja, numa era pós-industrial não é tanto o capital que se tem para investir em máquinas e insumos o que irá produzir riqueza, mas sim as ideias, a tal *criatividade*.

Outros teóricos apresentam definições diferentes do que seria a Economia Criativa, como Hartley (2005), que defende que a ação das indústrias criativas se estende para além dos simples aspectos econômicos, causando impactos na maneira como as organizações são administradas, influenciando também em questões educacionais e políticas, promovendo diretrizes que sejam voltadas a uma nova forma de enxergar as questões econômicas e sociais. Ana Carla Fonseca Reis (2008) procura vincular a Economia Criativa à questão cultural, ou seja, para ela a Economia Criativa está vinculada ao simbólico e algo que é intangível, a criatividade. Novamente pode-se ver a oposição entre a questão do intangível, do criativo, típico elemento da sociedade pós-industrial com o tangível, que pertencia à era da sociedade industrial. Essa visão da cultura a partir do aspecto econômico causa certo desconforto em quem está acostumado a olhar para a cultura como algo que não deve estar, primariamente, associado a questões econômicas. Não que o capital não possa ser um aliado da cultura ², há inúmeros exemplos disso, desde os mecenas do Renascimento apoiando artistas como Da Vinci, Michelangelo e Rafael até o cinema hollywoodiano, de onde saíram obras de arte fundamentais do século XX. Mas o aspecto econômico não pode ser o fator determinante quando o Estado pensa em uma política cultural. E a ideia de empreendimento que visa lucro parece estar por trás da utilização da terminologia Economia Criativa. Para reforçar esse aspecto, a UNCTAD (órgão das Nações Unidas ligado ao comércio) compreende a Economia Criativa como um conceito que engloba a criatividade como fator gerador de recursos, promovendo emprego, renda e interagindo com setores como o turismo, tecnologia e

² “A tendência predominante nos diversos países (...) é a de considerar como objeto da política cultural a cultura vista naquele sentido restrito-ampliado de sistema de significações ligados à representação simbólica das condições de existência. (...)é objeto da política cultural a cultura que produz *efeitos de discurso*”. (COELHO, 1997, p.104).

propriedade intelectual. É, para a UNCTAD, uma importante oportunidade de desenvolvimento.

No Brasil a Secretaria da Economia Criativa do MinC formulou um plano para o setor abrangendo o triênio 2011-2014. A leitura desse plano pode dar a noção do que o Estado brasileiro e o MinC pensam a respeito do tema, até porque Economia Criativa é muito mais uma política pública que um conceito³ e sua prática pode variar conforme o entendimento que os agentes públicos têm dessa terminologia, sem deixar de levar em consideração que a simples utilização do termo Economia Criativa já traz uma carga simbólica que não pode ser ignorada.

2- Plano da Secretaria da Economia Criativa do MinC para o setor- Triênio 2011-2014

O plano inicia com uma citação de Celso Furtado⁴ em que ele relaciona o desenvolvimento à criatividade. Fica claro, pela escolha de um economista como o nome escolhido para estar na primeira página do plano, que o principal aspecto a ser abordado no texto será o econômico, ou seja, a cultura como mecanismo para promover o desenvolvimento econômico por meio das ferramentas da Economia Criativa. O termo desenvolvimento não está presente à toa e a escolha de um economista de esquerda, heterodoxo, que privilegia o desenvolvimentismo em relação ao monetarismo, se adequa à ideologia econômica do governo federal. Ou seja, o plano pretende adequar o setor cultural a um modelo de desenvolvimento econômico mais abrangente, conforme se pode ver a seguir.

O texto do plano conta também com a colaboração do presidente do BNDES, Luciano Coutinho:

O potencial empregador, produtivo e inovador das atividades culturais e criativas é ainda relativamente pouco estudado, mas sua potência já é visível. Resistências têm sido quebradas ao se constatar que as atividades criativas figuram entre as que mais vêm contribuindo para o crescimento de muitas economias em desenvolvimento. Tornou-se, portanto, necessário e relevante conceber novos instrumentos, metodologias e indicadores capazes de entender e de promover economicamente tais atividades. (COUTINHO, 2011, p.5).

Utilizando de uma linguagem eminentemente ligada à economia e a administração, com termos como “potencial empregador”, “produtivo”, “inovador” o executivo demarca, mais uma vez, o local de onde se fala e aonde se quer chegar por meio do plano.

³ Conforme o próprio texto demonstra, há vários conceitos para Economia Criativa.

⁴ Colocar a citação.

Logo após o texto de Coutinho há um texto, mais longo, da então⁵ secretária da Economia Criativa do MinC, Claudia Leitão. No texto da ex-secretária há uma preocupação de ligar a ideia de Economia Criativa ao ideal desenvolvimentista de Celso Furtado, já que as atividades econômicas ligadas à criatividade permitem que haja uma quebra da histórica cadeia de desigualdades socioeconômicas no Brasil, motivadas, também, pelo fato de uma parcela muito pequena da população ter acesso à formação, informação e recursos econômicos que permitam acessar a diversidade cultural, científica e tecnológica. A Secretaria da Economia Criativa do MinC pretende, então, agindo de maneira transversal a outros órgãos do governo federal, utilizar a Economia Criativa e seus modelos de negócios como motor de desenvolvimento e redução da desigualdade social no país. É um discurso que parte de pressupostos econômicos e que pretende utilizar as possibilidades oferecidas pela Economia Criativa para atuar em consonância a várias outras políticas do governo federal. A ideia é posicionar o Brasil de maneira estratégica em um cenário econômico pós-industrial, no qual as atividades ligadas à Economia Criativa ocuparão um papel cada vez mais importante.

O plano apresenta, como primeiro desafio, tentar buscar um conceito para Economia Criativa, o que é problemático, mas necessários às suas aspirações. Após uma argumentação que parte das variadas concepções para a utilização da terminologia Economia Criativa, o plano chega, então, ao seguinte conceito:

os setores criativos são 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 sócia. (MinC, 2011, p.22).

Essa definição alarga o campo de atividades abrangidas pela Economia Criativa para além daquelas que, habitualmente, são objeto das políticas culturais. Esse é o grande sintoma do discurso em torno da Economia Criativa que o faz pertencer, primeiramente, ao campo da economia e não ao campo da cultura, que só é seu objeto secundariamente.

Outro aspecto teórico importante do Plano é quando ele se detém em torno dos norteadores da Economia Criativa Brasileira. Norteadores são os princípios que as atividades ligadas à Economia Criativa devem seguir para que sejam bem-sucedidas em seus objetivos, de acordo com a política do MinC para o setor. São quatro princípios: diversidade cultural, inovação, sustentabilidade e inclusão social. Inclusão social e diversidade cultural são

⁵ Marcos André Rodrigues de Carvalho é o atual secretário da Economia Criativa do MinC. Anteriormente exerceu um cargo ligado à Economia Criativa na Secretaria de Cultura do Estado do Rio de Janeiro. A expectativa em relação a sua gestão é pela continuidade, ou não, das políticas para a área que vinham sendo desenvolvidas.

princípios que não compõem muitos dos discursos ligados à Economia Criativa. Fazem parte dos objetivos do MinC para a construção de uma política para a Economia Criativa que leve em consideração aspectos sociais ligados à política econômica brasileira desenvolvida pelo governo federal.

Já os princípios de inovação e sustentabilidade fazem parte do léxico comumente utilizado pelos defensores da Economia Criativa. A sustentabilidade é um discurso que acompanha uma ideia de desenvolvimento que possa, como o nome diz, ser sustentável, ou seja, um desenvolvimento que não agrida o meio ambiente, respeite as variadas expressões culturais e promova a igualdade social. O problema é que a sustentabilidade, na maioria das vezes, é um discurso que não vai de encontro aos problemas que pretende resolver ou minorar. Acaba sendo apenas um discurso vazio ou uma ação que não modifica fundamentalmente a maneira como o capitalismo constrói as relações sociais. É uma espécie de verniz.

Inovação é outra palavra quase sempre associada à Economia Criativa. O Plano para a Economia Criativa do MinC assim define o que entende por inovação:

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. (MinC, 2011, p.34).

O Plano também diz que inovação é algo que se encontra essencialmente imbricado à Economia Criativa. Ao conceituar inovação observa-se que os termos utilizados no Plano pertencem à área empresarial, de administração de empresas. “Reconhecimento de oportunidades”, “Capacidade de empreender e assumir riscos”, “Pensamento estratégico”, terminologias frequentemente utilizadas pelos instrutores de gestão empresarial. É um discurso que, quando bem articulado, é bastante sedutor⁶, mas, sem contar as inúmeras dificuldades para se empreender e ser bem-sucedido (de acordo com dados do IBGE⁷, 48% das empresas brasileiras fecham as portas depois de três anos) o setor cultural não pode ser pensado a partir do ponto de vista empresarial, haja vista possuir outras especificidades e prioridades.

⁶ Tive essa experiência no segundo semestre de 2013, ao ministrar um curso sobre Economia Criativa no curso de Produção Cultural da UFF, em Rio das Ostras. O curso procurava examinar vários aspectos a respeito da Economia Criativa. As aulas que tinham uma abordagem mais crítica da Economia Criativa não encontravam muito entusiasmo por parte do corpo discente. Já as aulas que tinham como objeto textos ou palestras que procuravam louvar a Economia Criativa e suas políticas públicas, com toda a utilização de termos como “sustentabilidade”, “inovação”, “criatividade”, eram muito bem recebidas pelos alunos.

⁷ <http://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2012/08/27/no-brasil-quase-metade-das-empresas-fecham-3-anos-diz-ibge.jhtm>

Outra parte importante do Plano é a listagem de uma série de desafios para a Economia Criativa no Brasil. Há aquele que é do interesse geral de todos os estudiosos do assunto, como o levantamento de informações e dados a respeito de atividades que se enquadrem no âmbito das atividades criativas. Esse levantamento é importante para alimentar todo tipo de pesquisa em torno do tema Economia Criativa, sendo que o Brasil possui um déficit histórico em termos de levantamentos estatísticos precisos no setor cultural, o qual pode ser minorado com os dados desse levantamento.

Os outros desafios estão mais intimamente ligados ao linguajar habitual da Economia Criativa. Articulação e fomento de empreendimentos criativos. Esse desafio está claramente articulado com a proposta empresarial da Economia Criativa, procurando facilitar o crédito para os empreendimentos criativos, de modo a que possam iniciar ou gerir seus empreendimentos. Tal desafio do Plano se articula à política econômica do governo federal nos últimos anos, de expansão do crédito e da redução do seu custo e é um exemplo claro de como o discurso da Economia Criativa está vinculado às questões da política econômica nacional.

Outro desafio que deixa claro que o discurso em torno da Economia Criativa tem mais a ver com questões econômicas do que culturais é aquele que fala sobre a infraestrutura de criação, produção, distribuição/circulação e consumo/fruição de bens e serviços criativos. O texto relativo a esse desafio, que traz termos caros à área econômica como infraestrutura e bens e serviços é um exemplo claro do esforço do plano em tentar adequar a Economia Criativa a uma política pública integrada à política econômica do governo federal:

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 desenvolvimento 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. (MinC, 2011, p.37).

Nesse trecho do Plano pode-se notar como existe a tentativa de se reunir dois objetos aparentemente distantes, mas que a política do MinC para a Economia da Cultura pretende reunir. Um é o artesanato, objeto ligado à ideia de primitivo e que, habitualmente, entra na pauta das discussões relativas à política cultural. Outro é o software, objeto ligado à ideia de modernidade ou pós-modernidade e que, tradicionalmente, não se incorporava às discussões a respeito de política cultural. A busca de reunir o arcaico e o moderno na política para a Economia Criativa do MinC é mais um dos elementos que integram essa política às diretrizes mais amplas das políticas do governo federal. É necessário, portanto, que a política para a

Economia Criativa contenha elementos que a desloquem de uma visão excessivamente comprometida com o capital e com o capitalismo, haja vista que essa não é a visão defendida pelas políticas do governo federal. No entanto, uma leitura atenta do texto a respeito desse desafio nota que ele enfatiza os aspectos mercadológicos envolvidos. Fala-se em distribuição de produtos, agilidade e eficiência nos serviços. Mais uma vez a lógica que informa o pensamento que direciona as políticas públicas para a Economia Criativa é a econômica, aqui presente em seu aspecto comercial, sendo que os outros aspectos relacionados a essa política, como o cultural e o social, ocupam posições subsidiárias.

Em relação ao desafio que diz respeito à criação ou adequação de marcos legais que sejam interessantes aos propósitos da Economia Criativa, as perspectivas apontadas pelo Plano são interessantes em relação a uma desburocratização e desoneração de algumas atividades e projetos que, por suas características singulares, não deveriam sofrer a mesma restrição que outras atividades. O texto cita como exemplo exposições de arte itinerantes, que acabam por ser muito afetadas pela tributação excessiva aplicada sobre elas e que poderiam ser criado um regime tributário que dê conta desses casos especiais. De qualquer maneira, mesmo que em muitos casos seja uma discussão fundamental para a circulação e democratização de bens culturais, estamos aqui tratando de um aspecto econômico da política cultural.

Outra questão mencionada no desafio diz respeito à propriedade intelectual e é um dos aspectos mais relevantes na discussão a respeito da Economia Criativa. Esse tema é um dos mais importantes a se discutir quando se vive numa era da cultura digital que modificou totalmente as relações de propriedade intelectual. Ortellado (2011), como já foi mencionado neste artigo, considera que o discurso em torno da Economia Criativa tem como um dos objetivos evitar que haja uma maior democratização dos direitos sobre a propriedade intelectual, fazendo com que ela gere riqueza para os mesmos *players* de sempre (geralmente grandes *players*). No entanto, quero acreditar que o MinC, inclusive por sua atuação nas gestões dos ministros Gilberto Gil e Juca de Oliveira, onde houve um grande incentivo ao uso das licenças flexíveis, como o *creative commons*, não irá se orientar pelo apoio à criação de marcos legais que venham a beneficiar apenas os grandes *players* das indústrias criativas, sem levar em consideração as necessidades da sociedade, em primeiro lugar. Há que existir um equilíbrio entre o direito à comunicação, o direito ao acesso aos bens culturais e a remuneração devida àqueles envolvidos nos processos de produção e distribuição desses bens. Mas, quando o uso da terminologia Economia Criativa está em jogo sempre é necessária

cautela para que as questões comerciais, principalmente envolvendo grandes *players*, não se sobressaia às outras. Até porque o plano cita um estudo da FGV sobre pirataria em países emergentes, ou seja, o tipo de discurso que muitas vezes vem acompanhado de medidas que visam coibir a pirataria no plano do direito penal, sem que haja uma tentativa em adequar a legislação em vigor para os novos tempos de produção e distribuição de bens culturais pelos meios digitais.

Outro aspecto importante do plano é quando ele prevê variadas ações da SEC em conjunto com outros ministérios. Como a política para a Economia Criativa é um braço da política econômica do governo federal, é necessária e lógica que haja uma articulação entre os variados órgãos do governo. Ficam claros, também, alguns outros objetivos dessa política, como no caso da articulação da SEC com o Ministério dos Esportes com o objetivo de organizar ações nos territórios criativos das cidades-sede da Copa do Mundo e no Rio de Janeiro, em função dos Jogos Olímpicos que serão realizados nessa cidade em 2016. É uma demonstração de como a política para a Economia Criativa é aliada da política para os grandes eventos que acontecerão no Brasil em 2014 e 2016, que beneficiarão, como já é bem percebido pela população em geral, exatamente os grandes *players* das atividades econômicas envolvidas nesses eventos. O governo federal apoia esses eventos de maneira entusiástica, utilizando o discurso do desenvolvimento e dos benefícios sociais que esses eventos podem propiciar e envolve nessas ações a Economia Criativa e a SEC.

3- Últimas palavras (por enquanto)...

A política para a Economia Criativa no Brasil, de acordo com o Plano do MinC para o triênio 2011-2014 e o que acompanho de sua efetivação é uma política que, alocada no Ministério da Cultura, procura reproduzir instrumentos da política econômica do governo federal. Por um lado, o uso da terminologia Economia Criativa assusta e faz pensar em interesses, para o setor cultural, que não atendem aos anseios e necessidades da maioria da sociedade. Por outro lado, o exame de alguns trechos do plano, realizado neste artigo, demonstra como a SEC, na gestão Claudia Leitão, esteve empenhada em mitigar da política para Economia Criativa seu lado mais conectado a um capitalismo sem maiores preocupações com o social. Elegendo Celso Furtado como figura inspiradora do Plano, a política do governo federal para a Economia Criativa orienta-se para a promoção de um desenvolvimento que gere justiça social. Não sei se isso é possível nas bases do capitalismo que encontramos

no Brasil e o qual o governo federal, nos últimos anos, não fez maiores esforços para modificar, atingindo apenas alguns de seus sintomas.

A cultura é um objeto tentador para tentar legitimar qualquer política. Exemplos não faltam na história. A Economia Criativa, associada à cultura, ganha um colorido mais agradável, sustentável, como diz o léxico da moda, e pode promover ações de cunho econômico com uma roupagem mais. No entanto, tais medidas acabam, muitas vezes, não promovendo uma alteração efetiva do quadro de profunda desigualdade social em que o país se encontra (para não citar outros males do capitalismo financeiro contemporâneo) como também não acrescentam nada de muito relevante ao campo da cultura. Cabe aguardar os próximos acontecimentos envolvendo as políticas para a Economia Criativa em todas as esferas federativas e analisá-los.

REFERÊNCIAS:

- COELHO, Teixeira. *Dicionário crítico de política cultural*. São Paulo, Iluminuras, 2007.
- COUTINHO, Luciano. “Economia Criativa para o desenvolvimento”. In: *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014*, Brasília, Ministério da Cultura, 2011.
<http://economia.uol.com.br/ultimas-noticias/redacao/2012/08/27/no-brasil-quase-metade-das-empresas-fecha-em-3-anos-diz-ibge.jhtm>
- HARTLEY, J. (2005). “Creative industries”. In Hartley. J (Org.), *Creative industries*. Malden, MA: Blackwell.
- ORTELLADO, Pablo. “A economia criativa e a economia social da cultura” in: <http://www.gpopai.org/ortellado/2011/04/a-economia-criativa-e-a-economia-social-da-cultura/>, 2011.
- Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011 – 2014*, Brasília, Ministério da Cultura, 2011.
- REIS, Ana Carla Fonseca (org). *Economia Criativa como estratégia de desenvolvimento: uma visão dos países em desenvolvimento*. São Paulo, Itáu Cultural, 2008.
- URANI, André e REIS, Ana Carla Fonseca. “Cidades criativas- perspectivas brasileiras” in: REIS, Ana Carla Fonseca e KAGEYAMA, Peter (orgs). *Cidades criativas-perspectivas*. São Paulo, Garimpo de Soluções, 2011.