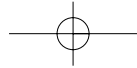
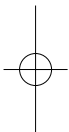
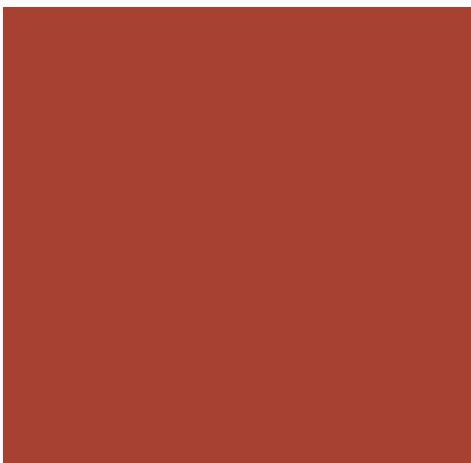
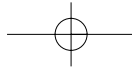


INDÚSTRIA CRIATIVA

A criatividade brasileira é capaz de movimentar a economia, reduzir desigualdades e fortalecer a auto-estima da população. Como em outras regiões do planeta, está aberto o debate — e a busca de soluções — em torno da indústria cultural do país





Unesco/Michel Ravassard



Marcos Borges/Assoco/Scrum



Univ. Uçagato/Natura

Unesco/Fabian Charafit



Marcos Borges/Assoco/Scrum



Edson Rodrigues/Scrum



Armando Paiva/Arve Comunicação

Por **Eliana Simonneti**, de São Paulo

Colcha de retalhos



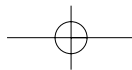
Unesco/Geroges Maitrepé

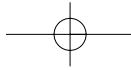


Raimundo Reis/SAK



Leo Moraes/Arve Comunicação





A economia criativa é responsável, hoje, por 7% de toda a riqueza produzida no

As imagens que ilustram a abertura desta reportagem são uma amostra da diversidade de tipos, traços, coloridos e culturas que existem no planeta – e também no Brasil. Cinco mil grupos étnicos – a maior parte deles minoritários – vivem em cerca de 200 países. Roupas, enfeites, objetos de decoração, idiomas, ritmos e sons formam uma colcha de retalhos de valor intangível que vem adquirindo importância crescente com o aumento do comércio e das relações entre os povos. A questão já está em pauta nos países desenvolvidos há décadas e começou recentemente a chamar também a atenção dos brasileiros. Por estar chegando atrasado para a festa, o Brasil tem de se apressar para pegar rapidinho o passo. Mas, como criatividade, alegria, talento e disposição para empreender não faltam no caldo de cultura dos brasileiros, não será difícil produzir um molho substancioso.

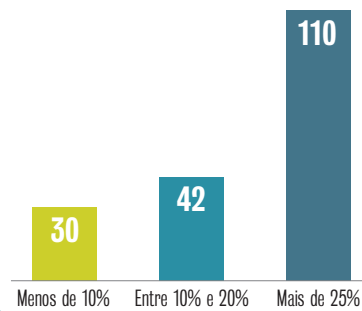
Informações da Organização Mundial do Comércio (OMC) dão conta de que o faturamento das indústrias criativas no mercado internacional duplicou nos primeiros três anos do século XXI. Segundo cálculos dos especialistas da Organização das Nações Unidas (ONU), a economia criativa, que envolve setores tão díspares co-

mo o teatro, o artesanato, a televisão, o cinema, a publicidade e o desenvolvimento de programas de computador, entre muitos outros, é responsável, hoje, por 7% das riquezas produzidas no mundo e, como cresce rapidamente, logo chegará aos 10%. Essa, no entanto, é uma média geral. Esconde disparidades terríveis.

De acordo com a Organização das Nações Unidas para Educação, Ciência e Cultura (Unesco), apenas três países, o Reino Unido, os Estados Unidos e a China, produzem 40% dos bens culturais negociados no planeta – entre eles livros, CDs, filmes, videogames e esculturas. As vendas da América Latina e da África, somadas, não chegam a 4%. Ao divulgar essas informações, resultantes da análise de 120 economias, em dezembro passado, o diretor-geral da Unesco, Koichiro Matsuura, afirmou: “Embora a globalização dê oportunidades para que os países compartilhem suas culturas e seus talentos criativos, é claro que nem todas as nações são capazes de aproveitar as oportunidades que se apresentam”. E atenção: cinco sextos da população mundial – uma multidão de cinco bilhões de pessoas – vive em países em desenvolvimento ou absolutamente pobres. Estão, portanto, entre os que não conseguem aproveitar as tais oportunidades das quais falou o diretor da Unesco. No Brasil, cálculos mais abrangentes indicam que o PIB Cultural contribui com apenas 1% da riqueza nacional (veja quadro na pág. 24) – o que é surpreendente quando se observa o sucesso que o país faz no exterior desde os tempos de Carmen Miranda. Hoje o cardá-

A maior parte dos países tem cultura diversificada

Número de países com participação de grupos étnicos e religiosos minoritários em sua população total



Fonte: CIA-2003/ Pnud - Relatório de Desenvolvimento Humano (2004)

Experiências internacionais de sucesso

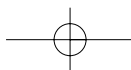
Em todo o planeta, os países estão se movimentando para proteger sua produção criativa e estimular seu crescimento. No Cazaquistão, o *design* dos tapetes persas foi registrado e protegido como propriedade intelectual. Na Hungria, 6% das receitas das emissoras de televisão são direcionados à produção de filmes nacionais. O Egito estimula parcerias público-privadas para financiar a infra-estrutura da indústria cinematográfica.

Zurique, na Suíça, foi mais longe. Para ampliar o leque de produção cultural, a cidade passou a ser apresentada, desde 2003, como um porto liberal para pensadores, empreendedores e criadores. Atraiu muita gente. Hoje, as indústrias criativas são grandes empregadoras na cidade. Algo semelhante ocorreu em Viena, na Áustria, onde foi lançado em 2004 um plano para promover e facilitar o crédito a pequenas e médias indústrias criativas – em áreas diversas, de moda e música a multimídia e *de-*

sign. Atualmente, o setor emprega mais de 100 mil pessoas.

Na França, 40% das músicas tocadas pelas emissoras de rádio têm de ser em idioma francês. O governo subsidia a produção de filmes nacionais para a televisão e as expressões culturais do povo gaulês. Desde 1983, o Instituto para o Financiamento do Cinema e das Indústrias Culturais oferece garantias de 50% a 70% do valor dos empréstimos concedidos pelos bancos aos empreendimentos do setor. O escritório dedicado a cuidar da exportação da música francesa foi criado em 1993 e está presente em Nova York, Londres, Berlim e Paris. O volume de vendas saltou de 1,5 milhão de CDs em 1992 para mais de 39 milhões em 2000. Um assombro.

No Reino Unido, a expressão “*creative britain*” foi cunhada em 1997. Os órgãos públicos foram orientados a estabelecer parcerias com o setor



planeta. Cresce rapidamente. A ONU calcula que em breve esse índice será de 10%



Divulgação/CVRD

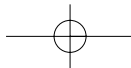
Festa do Boi em São Luís, capital maranhense, patrocinada pela Companhia Vale do Rio Doce: 900 empregos diretos criados a cada ano

privado para impulsionar as indústrias criativas. Os resultados servem de exemplo para outras iniciativas. Em 2002, o setor representou 4,2% de todos os produtos e serviços exportados pelo país – e o crescimento das vendas externas é, em média, de 13% ao ano. Essa turma criou cerca de 8% da riqueza produzida em 2003. Os dados são do Ministério das Indústrias Criativas, cujo titular, James Purnell, pretende transformar a Grã-Bretanha no maior centro criativo do planeta. Atualmente, 120 mil empresas dessa área estão registradas no Inter-Departmental Business Register.

Do outro lado do Atlântico, o Canadá começou a dar atenção à economia criativa (não apenas empresas, mas também manifestações culturais, museus e bibliotecas) em 1980, quando uma lei permitiu a liberação de verbas para programas de treinamento, de abertura de empresas e de

criação de empregos no setor. Em 1993, apenas treze anos depois, foi feito um estudo sobre os resultados obtidos. Entre outras coisas, constatou-se que cada dólar aplicado em atividades relacionadas à cultura gera 3,2 dólares na atividade econômica como um todo. Hoje, segundo o Conselho da Cidade de Toronto, somente no município existem 190 mil pessoas (14% da força de trabalho) atuando na área cultural, em empresas que faturam 9 bilhões de dólares por ano.

Na vizinha Argentina existe uma autarquia que recolhe 10% do faturamento dos cinemas, 10% das locadoras de vídeos e impostos pagos pela publicidade em geral para subsidiar a produção nacional de filmes. Resultado: em 2003, em plena crise recessiva, o país produziu 50 longas-metragens, o dobro da média registrada entre 1980 e 1990. Isso se traduz em marketing, riqueza e emprego.



A economia cultural possibilita a redução de desigualdades sociais, o

Três faces de um setor promissor no Brasil

Criação de riqueza

Produção de bens e serviços industriais relacionados à economia criativa — 2003 (em R\$ bilhões)

Edição e impressão de livros, revistas e jornais	8,7
Calçados de couro	7,6
Móveis com predominância de madeira	4,2
Pecas do vestuário (exceto roupas íntimas e semelhantes)	4,1
Calçados de plástico	2,0
Brinquedos e jogos recreativos	0,8
Lapidação de pedras preciosas e semipreciosas, ourivesaria e joalheria	0,5
Edição de discos, fitas e outros materiais gravados	0,1
Instrumentos musicais	0,09
Artigos de vestuário de tricô	0,04
Redes de cordoaria	0,04
Rendas e bordados manuais	0,02

Fonte: IBGE - Pesquisa Industrial 2003

Emprego e trabalho

Número de trabalhadores em empresas e organizações com atividades criativas - 2003

Confecção de artigos do vestuário e acessórios	590 mil
Atividades recreativas, culturais e desportivas	403 mil
Fabricação de artefatos de couro e calçados	400 mil
Atividades de informática	368 mil
Fabricação de móveis	356 mil
Edição, impressão e reprodução de gravações	252 mil
Publicidade	85 mil
Pesquisa e desenvolvimento	38 mil
Total	2.492 mil

Fonte: IBGE - Estatísticas do Cadastro Central de Empresas 2003

Criatividade bem remunerada

Salário médio dos trabalhadores na indústria criativa - 2003 (em número de salários mínimos)

Agências de notícias	11,0
Programação de computador	8,8
Rádio e televisão	7,3
Bibliotecas, arquivos e museus	5,4
Cinema e vídeo	3,8
Remuneração média dos trabalhadores brasileiros	4,0

Fonte: IBGE - Estatísticas do Cadastro Central de Empresas 2003

pio nacional, muito mais variado, vai da moda à culinária, passando pelo software (leia o quadro que fala do sucesso recente dos produtos da criatividade brasileira, na pág. 28).

Diferentes A exploração da diversidade cultural esbarra também numa questão delicada: muitas vezes, pessoas diferentes, que preservam tradições e costumes, são discriminadas. Em países desenvolvidos, o preconceito é tão evidente que existem políticas de combate à xenofobia. No dia 16 de janeiro último, as instalações da ONU em Genebra abriram espaço para especialistas que discutem o racismo e a intolerância na Internet e buscam formas de reprimi-los. A novidade é que, há alguns anos, Inglaterra, Canadá, Austrália e França, entre outros países, não apenas pregam a tolerância com a diversidade, mas sua valorização (conheça alguns casos de experiências internacionais no quadro da pág. 22). Descobriram que, na era do conhecimento, quanto mais diversificada uma sociedade, mais rica ela pode ser.

A novidade desperta paixão entre acadêmicos. Isso porque, como explica Carlota Gottschall, pesquisadora e economista da Superintendência de Estudos Econômicos e Sociais da Bahia, o conceito de indústria criativa está em fase de definição. “Os debates, no entanto, não podem prejudicar pesquisas e investigações no mundo real, onde as pessoas vivem, convivem, trabalham e precisam ter perspectivas de crescimento.” Na Inglaterra, a indústria cultural é mesmo tratada como um setor, montado para criar empregos e promover o crescimento econômico. Na França existe uma preocupação diferente. Fala-se em economia cultural e em sua importância para a redução das desigualdades sociais e para o fortalecimento da identidade nacional. “Para os brasileiros, o entendimento francês, de que a cultura é uma questão socioeconômica, é mais interessante”, diz Ana Carla Fonseca Reis, economista que trabalha no Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (Pnud) e está escreven-



fortalecimento da auto-estima da população e da identidade nacional



Divulgação

Confecção de peça de cerâmica na comunidade baiana de Maragogipinho

do um livro sobre economia da cultura. “As políticas públicas que facilitam a inserção das populações afastadas do mercado são essenciais para o desenvolvimento do país como um todo, mas elas só serão efetivas e eficientes se forem fundamentadas no conhecimento da realidade.”

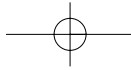
“Não há dúvida de que é papel do Estado fomentar áreas em que o interesse eco-

nômico é restrito, pois o lucro não chega no curto prazo”, alerta Toni Venturi, diretor de cinema. Há áreas, de fato, em que a mão invisível do mercado, da qual Adam Smith falava no século XVIII, é realmente invisível. E inoperante. “O mercado não cuida da qualidade da educação ou da valorização do artesão do interior do Acre, assim como o plantador de soja não conserta as estradas

que escoam seu produto para o exterior”, diz o economista Cláudio Moura Castro, presidente do conselho consultivo das Faculdades Pitágoras de Minas Gerais. Campo para atuar é o que não falta. Um exemplo é o do paulistano William Ribeiro, que faz tapetes artesanais de algodão acetinado. Seu produto tem qualidade, mas ele não consegue abrir mercado fora de sua região. Que dirá exportar. “Seria bom se o governo nos ajudasse a encontrar compradores no exterior e facilitasse os trâmites burocráticos para que pudéssemos negociar com segurança e tranquilidade”, diz.

A cidade de Bonito, no Mato Grosso do Sul, é outro caso peculiar. Ela valoriza o meio ambiente, mima seus turistas, mas em suas lojas há poucas peças regionais, como as feitas por índios cadiués e terena. Quem vai a Bonito e quer levar uma lembrança escolhe entre camisetas, canecas, chaveiros, tudo com a mesma aparência do que é vendido em qualquer cidade turística do Brasil ou do exterior – sinal de que artesãos locais não estão aproveitando as oportunidades que têm. “Naturalmente, não se organiza a produção de artesanato, cinema ou teatro como quem fabrica carro ou suco de laranja. Porém, se conseguíssemos um mínimo de articulação, certamente daríamos um salto que beneficiaria a todos”, diz Thomaz Wood Jr., professor da Escola de Administração da Fundação Getúlio Vargas de São Paulo.

Setores mais organizados já conseguiram alguns avanços, como foi o caso de livreiros e administradores de museus. Os primeiros reclamavam dos altos impostos. Ganharam deduções e ainda financiamento favorecido do Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES). Espera-se que, com o tempo, o preço do livro editado no país seja reduzido, melhorando o acesso à leitura, pois 61% dos brasileiros alfabetizados que não têm nenhum contato com uma publicação, exceto os livros escolares ou as revistas na sala de espera do consultório médico. Os museus, mais de dois mil em todo o país, também ganharam uma linha de financiamento de baixo custo do BNDES e da Caixa Econô-



Às vésperas da Copa do Mundo de Futebol na Alemanha, o Brasil está empenhado



Unesco/Ledru et Martel

Mulher do Congo, país conturbado por guerras, na África: o continente, rico do ponto de vista cultural, não encontra mercado para seus produtos

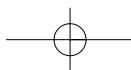
mica Federal para continuar suas atividades. Estão em petição de miséria e, como era de esperar, às moscas. Uma pesquisa recente feita pelo Centro Brasileiro de Análise e Planejamento (Cebrap) descobriu que 14% dos paulistanos com curso superior completo nunca foram a um teatro ou a um museu. Calcule a situação em cidades menos aparelhadas. O suporte financeiro é bem-vindo e, mais do que isso, fundamental, mas esses setores ainda precisam de operações mais abrangentes.

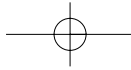
Informação Na França, o departamento de pesquisas do Ministério da Cultura foi criado em 1959. Observa de perto todos os setores da vida cultural do país para instruir decisões e apontar caminhos para a solução dos problemas detectados. Os conheci-

mentos acumulados em quase meio século estão organizados por área: disponibilidade de financiamento; economia da cultura; estatísticas; e estudos sobre o comportamento dos produtores e dos consumidores de bens criativos.

França, Inglaterra e Canadá estão na vanguarda, mostrando ao mundo como é preciso agir para sobreviver no ambiente altamente competitivo que se estabeleceu no planeta. Isso mais de duas décadas após a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD) definir os anos 80 como os de trabalho em torno do desenvolvimento cultural. Mas os tempos que corriam, então, eram especialmente difíceis. Havia forte recessão nos países menos industrializados. Há cerca de um ano, o Brasil começou a se mexer para or-

ganizar as informações necessárias à adoção de políticas eficientes. Para viabilizar a construção de um sistema de informações e de indicadores na área da cultura, o Ministério da Cultura assinou, em dezembro de 2004, um acordo com o Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) e com o Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea). O IBGE possui um volume enorme de dados que estão sendo selecionados para a detecção do Produto Interno Bruto Cultural do país, cuja publicação está prevista para o segundo semestre de 2006. O Ministério da Cultura também realizou, no final de 2005, um levantamento das teses acadêmicas brasileiras sobre Economia da Cultura e Políticas Culturais. O resultado preliminar, ainda que bastante incipiente, pode ser visto no site





em divulgar sua imagem no exterior. O mote: “Nós fazemos diferente”

do ministério (www.minc.gov.br).

Até o momento, o único estudo de âmbito nacional disponível sobre o setor foi feito em 1998 pela Fundação João Pinheiro, de Minas Gerais, e é incompleto, pois não toca em áreas como a televisão, os programas de computador, os games, a publicidade e o artesanato. Indica que a economia criativa responde por 1% do PIB brasileiro e emprega mais do que as indústrias eletroeletrônica e automobilística. Constata ainda que cada milhão de reais aplicado no setor gera 160 empregos. Há outro trabalho, desenvolvido pelo pesquisador Luiz Carlos Prestes Filho, do Instituto Gênese, da Pontifícia Universidade Católica (PUC) do Rio de Janeiro, em 2002. Com a análise de impostos pagos pelas empresas criativas, Prestes concluiu que a produção cultural fluminense chega a contribuir com 4% do PIB estadual. “O índice, no entanto, não pode ser generalizado”, diz. “O Brasil tem realidades muito diferentes e o Rio é beneficiado por uma indústria turística pujante.”

A situação pode parecer ruim, mas não é tanto assim. Já estão saindo do forno algumas informações que merecem atenção. O Ipea publicou, no final da década de 80, um estudo que tratava de educação e esbarrava na cultura. Agora está de volta ao campo de batalha. Dados preliminares de uma nova pesquisa foram apresentados em abril do ano passado. São surpreendentes. Mostram que o crescimento da economia criativa no Brasil tem sido da ordem de 6,5% ao ano – taxa superior à dos demais setores da economia. No entanto, faltam recursos. Entre 1995 e 2004, o Ministério da Cultura recebeu 1,83 bilhão de reais da União. Quase o dobro foi desembolsado pela administração indireta, como o Banco do Brasil e a Petrobras. Para 2006, o orçamento aprovado pelo Congresso prevê apenas 400 milhões de reais para a pasta da Cultura.

A questão é primordial e vem sendo abraçada por organismos internacionais. Em 2002 o pessoal da Unesco parece ter descoberto uma maneira de sensibilizar o mundo. A Declaração Universal sobre a Diversidade Cultural afirma: “Frente às mu-

danças econômicas e tecnológicas atuais, que abrem vastas perspectivas para a criação e a inovação, deve-se prestar particular atenção à diversidade da oferta criativa, ao justo reconhecimento dos direitos dos autores e artistas, assim como ao caráter específico dos bens e serviços culturais”.

Está certo que a declaração tratou também da liberdade de circulação de idéias, da identidade dos povos, mas o argumento econômico foi fundamental para que, finalmente, houvesse alguma resposta. “Sabemos que os Estados Unidos, uma economia forte, têm fundos de fomento importantes para o desenvolvimento de sua indústria criativa. Hoje, pelos cálculos do Banco Interamericano de Desenvolvimento (BID), a América Latina deixa de ganhar 500 milhões de dólares por ano em direitos autorais. Isso é inadmissível”, diz Enrique V. Iglesias, ex-presidente do banco e hoje secretário-geral Iberoamericano.

Na 11.ª reunião da Unctad, realizada em São Paulo em 2004, abriu-se espaço para o debate sobre o papel das chamadas indústrias da criatividade no desenvolvimento. O resultado foi a proposta de criação de um Observatório Internacional para o setor, com o objetivo de apoiar os formuladores de políticas públicas e outros interessados, encorajando a capacitação, a valorização da diversidade cultural e a construção de redes de distribuição e comércio. Os movimentos, desde então, não pararam. Para reduzir a distância entre países pobres e ricos em termos de recursos para a construção de ambientes favoráveis ao florescimento da economia criativa, a Unesco criou um fundo que ajuda artistas e gestores culturais a encontrar financiamento para seus projetos, de modo que a diversidade possa se beneficiar com a globalização em vez de ser vitimada por ela.

Foram registradas outras iniciativas. Em abril de 2005, ocorreu em Salvador, na Bahia, um fórum internacional que contou com o apoio da Unctad, do Pnud e do Ipea. Ali foi lançada a pedra fundamental do Centro Internacional das Indústrias Criativas, no qual se concentrarão a pesquisa e

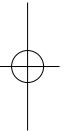
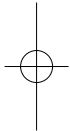
É hora de aproveitar

O Brasil anda na moda. Biquínis com estampas verde-amarelas vendem como água na Grécia, grupos de jazz criam sobre as melodias de Tom Jobim e Milton Nascimento, jogadores de futebol provocam frenesi entre torcedores. Muito mais anda acontecendo.

A exposição *Arte Fotográfica Brasileira Contemporânea*, com trabalhos de 12 artistas, foi aberta em janeiro, em Berlim, na Alemanha. É parte do programa cultural da Copa, que abrange mais de 200 eventos.

A Serpentine Gallery, uma das mais célebres galerias londrinas, conta com um pavilhão projetado pelo arquiteto Oscar Niemeyer – obra provisória, prevista para durar até setembro. Londres recebe regularmente exposições de artistas como Beatriz Milhazes e Adriana Varejão. Em setembro, nomes de vanguarda, como Efraim Almeida, Jarbas Lopes e Marepe, também mostrarão suas obras por lá.

O Favela Chic, reduto brasileiro em Paris, que recebe cerca de 600 convidados a cada noite, abrirá uma filial em Londres. A fórmula do sucesso: comida típica brasileira e caipirinha, ao som de um misto de samba tradicional com funk carioca e hip-hop. Isso não é tudo. Músicos franceses andam se inspirando no forró nordestino. Os grupos Fabulous Trobadors e Bombes 2 Bal, de Toulouse, utilizam o repente em suas canções. Têm ligações com os músicos brasileiros Lenine, Mestre Ambrósio, Silvério Pessoa e Chico César. “A imagem do Brasil nunca foi tão positiva no exterior. Se queremos ser uma grande nação, temos de aproveitar o momento”, diz Paulo Miguez, ex-secretário de Políticas Culturais do Ministério da Cultura que hoje assessora o reitor da Universidade Federal da Bahia e a Unctad.



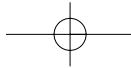
Está sendo elaborado no país um cálculo do PIB Cultural. Pesquisas recentes

Boas práticas no Brasil

Exemplos de iniciativas que produzem resultados positivos

O artesanato movimenta cerca de 28 bilhões de reais por ano no Brasil e envolve 8,5 milhões de pessoas. É gente que faz de tudo. De cabo de faca de madeira a jóias. Turistas estrangeiros saem do Brasil com as malas abarrotadas. Mas o artesão médio não tem sequer acesso a uma lojinha de esquina. Determinadas experiências mostram que é possível, com vontade, algum esforço e pouco investimento, melhorar — e muito — esse quadro. O que é importante pelo menos por duas razões. A primeira é a geração de riqueza. A segunda é a reabilitação da auto-estima e dos valores da população. Alguns casos que merecem nota são os seguintes:

- No início do ano, em pleno Museu de Arte Moderna do Rio de Janeiro, num prédio imponente plantado no aterro do Flamengo, desfilaram modelos belíssimas, em trajes produzidos por estilistas famosos. As roupas tinham bordados feitos por costureiras da periferia de Belém do Pará, panos de retalhos produzidos por artesãs da cidade de Salinas, em Minas Gerais, detalhes de crochê de Nova Friburgo, na periferia do Rio. Também levavam complementos como bolsas e colares de fibras de plantas da caatinga da Bahia. Lourice Martinelli, que tem uma confecção de roupas para festa em São Paulo, estava lá. Sua empresa tem 14 anos e mais de 30 funcionários. Mostrou modelos com apliques de tecido feito em tear manual rústico, trabalho de uma moradora do interior de Minas. Nunca freqüentou uma feira internacional de negócios, mas exporta para países como Panamá, África do Sul, Portugal e Espanha. “Acho que tenho sorte, porque a vida de empresário no Brasil não é fácil”, diz a empreendedora.
- Goiás foi a primeira capital do estado homônimo. Ali viveram a poeta Cora Coralina e o escultor José Joaquim da Veiga Valle. A artista plástica Goiandira do Couto, cujos quadros são pintados com areia colorida da região, vive e trabalha na cidade. Pois bem. Goiás andava abandonada, mas sua gente está envolvida num movimento de reação. Formaram-se grupos de dança, corais, e há até saraus em que os mais velhos contam histórias do passado a quem quiser ouvir. Existem programas semelhantes em outros destinos. O Pnud e o Serviço de Apoio à Pequena e Micro Empresa (Sebrae), apóiam o movimento.
- “*We do it different*”, ou “*Nós fazemos diferente*” é o mote da campanha lançada pelo Brasil na Europa para aproveitar a euforia que antecede a Copa do Mundo de Futebol. A Agência de Promoção de Exportações do Brasil (Apex-Brasil) quer fortalecer a marca nacional no mercado exterior. Entre outras iniciativas, anda buscando novos mercados para instrumentos musicais, variados, bonitos e de boa qualidade, mas que vendem pouco. “Queremos mostrar que, como no futebol, as indústrias brasileiras englobam uma enorme diversidade de talentos”, diz o presidente da Apex-Brasil, Juan Quirós.
- Vários estados têm se mexido para não deixar a onda escapar. Pernambuco, Ceará, Minas Gerais e Mato Grosso já têm algum esboço de política para estimular sua economia criativa. Em Minas, empresários que investem em cultura ganham abatimento de até 80% do Imposto sobre Circulação de Mercadorias e Serviços (ICMS). No interior do Ceará são oferecidos cursos de formação profissional e oficinas de criatividade. Pernambuco tornou-se um importante pólo de produção de software. E na Bahia e no Mato Grosso censos descobriram uma diversidade artesanal que promete dar bons frutos.
- A Petrobras, empresa que mais investe na área cultural, separou neste ano 65 milhões de reais para patrocinar projetos de cinema e companhias de balé, além de programas diferenciados, relacionados à capoeira, a culturas indígenas e a debates filosóficos. Programou um seminário intitulado “Cultura e Pensamento em Tempos de Incerteza”.
- Em Nova Olinda, no Ceará, filhos de agricultores e pedreiros produzem documentários exibidos em emissoras públicas de televisão. Foram preparados em um projeto organizado pelo Unicef.
- Estudantes da Universidade Federal do Espírito Santo (Ufes) exibem filmes gratuitamente no auditório da universidade e na periferia de Vitória. O projeto, chamado Cine Falcatrua, realizou mais de 40 sessões semanais e contabilizou um público de cinco mil pessoas em 2004.
- A festa do boi de São Luís do Maranhão é um evento tradicional no estado, um arraial onde se apresentam grupos de bumba-meu-boi, quadrilhas e danças portuguesas. Conta com o patrocínio da Companhia Vale do Rio Doce, empresa com forte atuação social. Entre outras atividades, forma músicos e mantém um museu de arte contemporânea em Vitória, capital do Espírito Santo. “É notável a velocidade com que a educação e o estímulo a manifestações culturais provocam mudanças no comportamento das pessoas e melhoram a qualidade de vida nas comunidades”, diz Olinta Cardoso, diretora da Fundação Vale do Rio Doce.
- Distante 42 quilômetros de Salgueiro, no sertão pernambucano, Conceição das Crioulas é uma comunidade remanescente de quilombos. Ali cerca de quatro mil quilombolas fundaram uma associação e recebem assistência técnica da Universidade Federal de Pernambuco para diversificar e melhorar o acabamento de seu artesanato de barro e fibras de plantas da região. Já conquistou compradores fiéis.
- No ano passado, o Museu da Casa Brasileira, localizado num bairro nobre da capital paulista, foi ocupado por crianças e adolescentes da periferia e serviu de palco para a apresentação de danças étnicas. O espetáculo foi promovido pelo Projeto Guri, Organização Não-Governamental que tem dez anos e atua em São Paulo, no Rio Grande do Sul e no Paraná, especialmente em unidades da Fundação do Bem-Estar do Menor (Febem). “Nosso objetivo não é formar músicos profissionais, mas cidadãos”, diz Melanie Farkas, presidente do conselho administrativo da Associação Amigos do Projeto Guri.



do Ipea indicam que o setor cresce à taxa média de 6,5% ao ano

os dados sobre o setor em todo o mundo. Outro centro foi criado na Ásia, onde ocorreu em dezembro um encontro semelhante. A cidade de Xangai ficou encarregada de promover uma exposição internacional em 2007. Com essa perspectiva, e sabendo que hospedarão os Jogos Olímpicos em 2010, os chineses já começaram a se movimentar. Ao descobrir que contavam com muitos especialistas, mas com pouca gente capaz de pensar em políticas de maneira mais ampla e integrada, envolvendo economia, finanças, educação, turismo, arte e questões sociais, a China implantou uma nova universidade que formará as inteligências para atuar na economia cultural. É dali que sairão os organizadores da feira de 2007. Lala Deheinzelin, especialista em cultura e desenvolvimento e diretora do Núcleo de Estudos do Futuro da PUC de São Paulo, esteve em Xangai como consultora do Pnud e ficou espantada com o que viu. “Os brasileiros demoram muito a perceber seus problemas e a tomar atitudes para resolvê-los. Não estão acostumados a trabalhar de forma integrada. Tudo no país é compartimentado e chegou o momento em que essa prática tem de mudar”, diz.

Xangai já avisou que pretende ser a capital cultural do mundo. No mesmo mês de dezembro, entretanto, outra cidade candidata ao posto de morada da criatividade, Londres, no Reino Unido, mexia seus pauzinhos. Realizou um seminário sobre criação, diversidade e propriedade intelectual. Os ingleses não brincam em serviço. Perceberam cedo que num ambiente globalizado, em que os produtos tendem a se tornar *commodities*, a diferenciação é fundamental.

Hollywood Falar sobre diversidade cultural é fácil, mas abrir espaço para ela é outra coisa. Quantos filmes africanos você, que chegou a este ponto da leitura, teve a oportunidade de assistir? Quantos diretores, atores e atrizes africanos você conhece? Com certeza poderá citar filmes, atores e atrizes americanos. Talvez alguns europeus, mas africanos é pouco provável. Há um



Arnaldo Torres/Balé da Cidade de SP

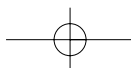


Édipo Rei e Queens, dois espetáculos do Balé da Cidade de São Paulo: uma amostra de que o Brasil tem muito mais do que artesanato para vender

professor argentino, diretor do programa de estudos sobre cultura urbana na Universidade Autônoma Metropolitana do México, Néstor Canclini, que coleciona informações bastante interessantes sobre o poder da indústria criativa dos países ricos e a

absoluta ignorância das pessoas acerca da riqueza cultural alheia. Algumas delas são as seguintes. A indústria audiovisual é a maior exportadora dos Estados Unidos. Fatura 60 bilhões de dólares por ano. Todos os brasileiros, trabalhando o ano inteiro nos mais variados setores da economia, conseguem produzir apenas dez vezes mais do que essa pontinha da indústria americana. Desde a década de 90, seis empresas transnacionais tomaram conta de 96% do mercado mundial de música. Compraram pequenas gravadoras e editoras em países latino-americanos, africanos e asiáticos. No que se refere ao cinema, a situação é ainda mais chocante. Mais de 90% das telas norte-americanas só exibem filmes feitos no próprio país. O americano comum, portanto, não conhece o que se faz no exterior. E o que se produz, na verdade, é pouco – 85% dos filmes exibidos em todo o planeta brotam de Hollywood. Mesmo países europeus, como a França e a Itália, que no passado foram reconhecidos pela qualidade de suas fitas, andam lutando para se manter à tona. “O desenvolvimento mais produtivo é o que valoriza a riqueza das diferenças, propicia a comunicação e o intercâmbio, e contribui para corrigir as desigualdades”, diz Canclini. Porém não é isso que se vê.

O relatório sobre desenvolvimento humano do Pnud de 2004 tratou da liberdade cultural no mundo atual, diversificado. Logo na abertura citou o arcebispo sul-africano Desmond Tutu. Segundo ele, temos de encontrar maneiras de nos sentirmos felizes, realizados, com as nossas diferenças. “O desenvolvimento humano diz respeito, antes de tudo, a dar condições às pessoas para decidirem o tipo de vida que querem ter – e provê-las das ferramentas e oportunidades para que façam suas escolhas”, diz o relatório. É um desafio e tanto, mas a boa notícia é que tem muita gente trabalhando para tornar essa meta realidade. Uma das iniciativas vai ocorrer no próximo dia 21 de maio, quando se comemora o Dia Mundial da Diversidade Cultural para o Diálogo e o Desenvolvimento, data cunhada pela ONU em 2002. **d**





PERSPECTIVAS 2006

A noite de 31 de dezembro nada mais é do que uma noite igual a todas as 364 que a antecederam, mas como faz pensar! Traz reflexões sobre o aproveitamento do tempo que passou e leva a buscar no horizonte os indícios do ano que começa. Procurando traçar um retrato do que se pode esperar de 2006, **Desafios** convidou especialistas do Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea) a apresentar um quadro das dificuldades e das expectativas em suas respectivas áreas de estudo. O resultado são 11 artigos que abrangem a micro e a macroeconomia, incluindo também questões sociais relevantes, como saúde, educação e combate à pobreza. A leitura de todos os pareceres reunidos deixa um misto de preocupação e esperança. Preocupação porque é triste constatar que o Brasil, ano após ano, década após década, confronta-se com os mesmos problemas advindos de sua trajetória instável de desenvolvimento. A projeção de um crescimento de 3,5% da economia é boa, mas modesta se comparada ao contexto mundial. Os números poderiam ser mais animadores caso o governo conseguisse solucionar entraves sérios, tais como a taxa de juro que dificulta o financiamento do setor privado e a alta e complexa carga tributária, que coloca uma bola de ferro no empreendedorismo. Isso sem mencionar os marcos regulatórios que ainda não atingiram um ponto satisfatório desde o início da privatização. Em compensação, a redução da desigualdade conquistada em 2005 responde pela parte da esperança. Esse movimento pode e deve permanecer ao longo deste ano. Para ajudar, o mercado de trabalho deve continuar a comportar-se de forma inclusiva. No campo da educação, existe a possibilidade de estender os avanços conquistados no ensino básico para o ensino médio. Somados os problemas e as expectativas, forma-se o quadro típico de uma nação em desenvolvimento. Cheia de dificuldades e ao mesmo tempo plena de oportunidades para quem quiser e souber transformar o Brasil em um lugar melhor.