

Articular duas dimensões complexas da vida social, como economia e cultura, não é uma tarefa fácil. Diante da amplitude do conceito de cultura, pensamos que se trata, sobretudo, de escolher uma abordagem que pareça adequada aos objetivos que forem definidos, ou seja, estabelecer um uso operacional do conceito. Novas discussões e uma recente, porém já numerosa, bibliografia oferecem diversas possibilidades de análise que vão, grosso modo, desde as relações entre o desenvolvimento do capitalismo e a absorção do universo de criação e da cultura, até as leituras que priorizam o uso da produção cultural e criativa no bojo da emergência da economia pós-industrial.¹

Em uma sociedade fundada na informação e no conhecimento,² cujas práticas inovadoras são fundamentais para a competitividade empresarial, especialistas têm destacado fortemente o papel da cultura como propulsora do desenvolvimento econômico, sobretudo das metrópoles mundiais. Diferentes países (como França, Inglaterra e Austrália) e cidades têm dado uma ênfase especial em estudos e políticas voltadas para este segmento.

Este ramo, que articula as dimensões cultural e econômica da vida social, tem sido apreendido por diferentes conceitos: economia da cultura, indústria cultural, economia criativa, indústria criativa, etc. Neste trabalho, procuramos definir o campo mais específico de economia da cultura. É importante distinguir, sobretudo, a economia criativa. A Unesco (2006) define da seguinte forma a indústria cultural, lembrando que o termo indústria, em inglês, não corresponde necessariamente à manufatura:

O termo indústria cultural refere-se às indústrias que combinam a criação, produção e comercialização de conteúdos criativos que são intangíveis e culturais por natureza. Estes conteúdos são protegidos pelos direitos autorais e podem tomar a forma de bens ou serviços. Em geral, incluem impressão, publicação e multimídia, audiovisual, produções fonográficas e cinematográficas, assim como design.³

O mesmo documento define a indústria criativa como uma categoria que, apesar de conter a economia da cultura, engloba outros setores, como arquitetura, publicidade, desenvolvimento de *software*, etc. Nesse sentido, a possibilidade de obtenção de direitos autorais é central para o que se chama de economia criativa.

As atividades econômicas em que a criação e a cultura representam um forte peso teriam, também, o papel de atrair mão-de-obra qualificada, gerar novos empregos que compensariam a perda em outros setores declinantes, como seria o caso da indústria. Um fator extremamente relevante e que interessa sobremaneira no caso deste trabalho diz respeito à territorialidade destas atividades, representando um potencial interessante de recuperação de áreas degradadas. Isso porque os atributos locais valorizados seriam diferentes daqueles exclusivamente empresariais e estariam associados à efervescência cultural e à diversidade da população. Até mesmo os baixos preços de aluguéis poderiam significar oportunidades do desenvolvimento de indústrias criativas.

Todos estes conceitos e fatores foram desenvolvidos em países cuja economia encontra-se em um estágio avançado de desenvolvimento. Neste sentido, sempre que procuramos aplicar estas idéias a contextos periféricos, devemos fazer as mediações necessárias, sob pena de incorrer num equívoco comum na história do pensamento brasileiro: o de usar, na expressão de Roberto Schwartz, “idéias fora de lugar”. Assim, por exemplo, este processo de formação de *clusters* poderia representar, nas cidades brasileiras, um reforço ao processo de gentrificação. Até mesmo os defensores da importância da economia criativa como transformadora de áreas degradadas chamam a atenção para o perigo de a valorização dessas áreas expulsar populações. Smith, em entrevista, comenta este problema:

Em várias cidades britânicas, artistas foram estimulados a se instalar em bairros centrais decadentes, em lugares espaçosos e a preços baratos. O desafio é que, em dez anos, a área se regenera demais, os preços sobem e expulsam os artistas novamente.⁴