

CULTURA E DESENVOLVIMENTO LOCAL

Nos países desenvolvidos, a correlação entre investimento em cultura e desenvolvimento econômico vem sendo confirmada e reconhecida desde os anos 90.

Este reconhecimento decorre, inicialmente, da redefinição do conceito de “economia da cultura”. Limitado até o início do século XX à idéia de “economia da arte”, ele passa a abarcar as “indústrias culturais” (livro, disco, audiovisual) e, mais recentemente, expande-se para envolver também outras “indústrias criativas”, inclusive design, moda, videogames e publicidade. Fala-se hoje de “economia da experiência”, de “economia do direito autoral” ou ainda de “indústrias de conteúdo”. O significado metodológico é sempre o mesmo: abordagens que permitem visualizar um enorme e crescente potencial de geração de emprego e renda.

O reconhecimento da correlação entre cultura e desenvolvimento deriva, além disso, da percepção de que as atividades culturais não se ancoram exclusivamente no valor do patrimônio monumental, nos acervos de museus tradicionais ou em recursos a fundo perdido. Ao contrário, trata-se também de atividades portadoras de futuro e cada vez mais auto-sustentáveis. A economia da cultura se associa, rapidamente, ao uso de novos materiais, às novas tecnologias de informação e telecomunicação, às mutações organizacionais na produção e distribuição de bens. Ela sai dos limites do Estado e do mecenato para interessar à empresa. Não apenas à “indústria cultural” nascida há mais de um século, mas a toda e qualquer firma interessada em agregar valor ao seu produto.

Ela tende a interessar a toda empresa porque, na nova economia, a relação entre atividades econômicas e culturais não se resume apenas ao processo de mercantilização da cultura (e às resistências que ele provoca). Quando o consumidor se diferencia ao extremo, exigindo personalização, quando o processo de produção, por consequência, precisa ser cada vez mais criativo, é a mercadoria que se culturaliza. As pessoas, como diriam os nossos Titãs, não querem mais só comida; querem comida, diversão e arte. Vive-se numa economia em que o vestuário é moda, o mobiliário depende do design e o turismo precisa do espetáculo.

Do ponto de vista do desenvolvimento local, a cultura impacta a economia de pelo menos cinco maneiras:

- Em primeiro lugar, ela assegura a atração de turistas e visitantes interessados no patrimônio cultural da região ou município, ou em suas atividades artísticas; é o caso das festas populares, dos festivais e das feiras, e também da atração exercida pelos sítios históricos, pelo patrimônio monumental ou por museus; trata-se ainda do magnetismo exercido pela “economia da noite”: teatro, shows ou restaurantes.
- Em segundo lugar, ela injeta renda e cria empregos na economia local através das exportações de bens culturais: filmes, livros, discos, produtos artesanais e outros.
- Em terceiro lugar, ela agrega valor ao produto local através da incorporação de valor simbólico – estético, religioso, histórico etc.; assim, se paga mais por produtos com “assinatura”, “design”, “marca” ou “origem”; se paga mais pelo autêntico do que pelo falso; para a economia regional ou local, isso impõe, inclusive, a defesa de sua produção através de certificações de origem: “cachaça de Salinas”, “chocolate de Ilhéus”, “carne de sol de Itororó”.
- Em quarto lugar, ela favorece a atração de trabalhadores qualificados, empresários e empresas, na medida em que assegura uma melhor qualidade de vida – cidades atraentes têm intensa vida cultural.
- Finalmente, a cultura aumenta o grau de coesão e a harmonia entre os agentes econômicos locais, na medida em que contribui para a redução da exclusão social, estimula o trabalho cooperativo, a inovação e o empreendedorismo; as atividades culturais colaboraram, em outros termos, para o incremento do capital humano e social de uma comunidade; neste sentido, deve ser destacado o papel fundamental das atividades culturais na revitalização de zonas urbanas degradadas e na proteção de jovens em situação de risco social.

A nova centralidade econômica da cultura impõe aos poderes locais interessados no desenvolvimento uma nova agenda, que vá além das políticas tradicionais – e sempre importantes – de conservação do patrimônio, formação de platéias ou incentivo a eventos.

- É preciso priorizar a educação e formação dos agentes culturais, aumentando o número de artistas e produtores de cultura locais; para isso introduzir as artes nos currículos escolares, assegurar a transmissão de saberes tradicionais e apoiar centros de capacitação profissional, técnica e artística.
- É indispensável incentivar a produção de bens e serviços culturais, com aporte de recursos e tecnologia, mas sem esquecer que, na maioria dos segmentos da economia criativa, o principal problema é a distribuição dos produtos finais; apoiar a formação de redes de comercialização da produção cultural local deve ser, assim, prioridade.
- É necessário, enfim, estimular as parcerias entre segmentos artísticos e não artísticos da economia, entre empreendedores culturais e empresas, entre associações destes setores, para garantir o cumprimento do duplo objetivo: incrementar o emprego e a renda gerada pela produção cultural e aumentar o conteúdo cultural da produção local.