

A Economia Criativa nas Relações Internacionais

*Pilar Luz Rodrigues**

Resumo

O presente trabalho tem por objetivo apresentar a Economia Criativa como consequência da acelerada globalização observada a partir das décadas de 1980 e 1990, com o fim da bipolaridade e a formação de uma nova ordem internacional. Será apresentado, através de análise histórica, o processo evolutivo da globalização, o surgimento da Economia Criativa como tema na agenda internacional e seus conceitos. Ao final do estudo, é possível ressaltar a sua importância nas Relações Internacionais, no âmbito de política externa, como fonte de afirmação de identidade nacional.

Palavras-chave: Economia Criativa. Globalização. Relações Internacionais.

Introdução

A cultura tem recebido especial atenção nas agendas nacional e internacional nos últimos anos, não só por questões de preservação, mas também por questões relativas à promoção, à formulação de políticas culturais, à cultura para o desenvolvimento, ao comércio, e a ações frente à globalização. Após mudanças em nível global, com o fim da Guerra Fria, o mundo se viu frente a uma rápida transformação em termos políticos, de tecnologia, de troca de informações, de comércio, entre outros fatores. Esse processo, que se intensificou após os anos 1980, deu origem ao mundo globalizado em que vivemos hoje. É possível hoje ter contato com diversas culturas em pouco tempo. O mundo se vê cada vez mais como um só, ou uma cultura só, compartilhando das mesmas experiências e se assemelhando em aspectos que até quarenta anos atrás não imaginávamos possível.

Ao mesmo tempo que a globalização nos traz tantas possibilidades, introduz consequências que vêm provocando debates entre pesquisadores no questionamento de ser este um fenômeno positivo ou negativo. Apesar de muitos apoiarem a ideia da globalização, algumas consequências de seu apogeu têm provocado implicações, principalmente em questões de cultura. O mundo diverso, com culturas, hábitos, línguas, etnias, crenças, e expressões diferentes vêm se tornando cada vez mais um só, expressado por pesquisadores como “cultura em massa”. Como Cesnik e Beltrami (2005, p. 41) colocam:

O grande vilão do processo da globalização da cultura é o risco da homogeneidade, da perda do referencial local nas respostas aos problemas de cada sociedade, que se reflete nas manifestações culturais. A homogeneidade situa-se na esfera da racionalidade hegemônica em que pouca saída existe para a variedade, criatividade e espontaneidade.

A homogeneidade e a transformação da cultura em uma cultura em massa têm proporcionado a abertura de uma nova preocupação mundial com relação à cultura. A riqueza de cada país, nação ou

região é sua diversidade cultural e a perda ou enfraquecimento deste pode prejudicar o país em seu desenvolvimento social, político e econômico. Em contraposição, algumas regiões no mundo utilizaram da globalização e da cultura em seu favor, como observado nas indústrias culturais e criativas. A cultura, diversidade e globalização são temas contemporâneos e ainda em discussão, tendo como desafio a formulação apropriada de políticas para a promoção e incentivo da cultura e da diversidade no âmbito do desenvolvimento sustentável.

A Economia Criativa, que engloba aspectos da economia relacionados às artes e à criação, como pintura, gravura, teatro, dança, música, *design*, moda, *softwares*, *video games*, literatura, gastronomia, cinema, entre muitos outros, não exatamente “nasceu”, mas junto com a globalização ganhou um acelerado impulso, desenvolvendo-se em pouco tempo no novo cenário internacional apresentado após o final da Guerra Fria. Assim como a globalização já vinha sendo discutida há algumas décadas, já nos anos 1940 têm-se os primeiros passos da Economia Criativa, com ideias abordadas pelos sociólogos Theodor Adorno e Max Horkheimer. Mas foi na década de 1990 que o tema ganhou força, sendo uma solução para um novo problema frente ao mundo cada vez mais globalizado, interdependente e com uma velocidade de troca de informações nunca vista.

O presente trabalho se desenvolve com base na história da Economia Criativa, como um fenômeno ligado à globalização, no intuito de reforçar a interligação entre os dois temas, principalmente no âmbito das Relações Internacionais. O trabalho aborda o processo histórico da composição internacional pós-Guerra Fria, o surgimento da globalização, conceitos da Economia Criativa, assim como a importância deste tema no âmbito do sistema internacional.

A globalização e seus impactos

Estudos da história das Relações Internacionais contemporâneas nos mostram que, apesar do termo “globalização” já existir a alguns anos, o fenômeno foi impulsionado e “apressado”, de certa forma, pelos eventos marcados na década de 1980 e 1990 (CERVO, 2008,

p. 323). Descrita por Almeida (2008, p. 253) como a fase de “grande transformação”, este período representa um momento de transição entre a fase clássica da Guerra Fria e a formação da nova ordem internacional, tendo como palco principal a disputa ideológica entre as duas superpotências, Estados Unidos e União Soviética, desde o final da Segunda Guerra Mundial.

O fim do comunismo e o desaparecimento da União Soviética geraram um impacto nas Relações Internacionais, deixando o mundo marcado com uma sensação de conclusão. No dizer de Fukuyama (1992), tratava-se do fim da história.

Com o rápido desenvolvimento de tecnologias, principalmente de informação, provocado pela corrida entre as duas potências, e com as mudanças no comércio internacional, acelera-se a formação do fenômeno da globalização. Um termo ainda em construção e com várias definições, a globalização é definida por Jackson e Sorensen (2007, p. 289) como “[...] um processo de difusão e intensificação das relações culturais, sociais e econômicas através das fronteiras internacionais [...]”, que engloba diversas áreas como economia, política, tecnologia, entre outros. É motivada por vários fatores, porém principalmente pelo impulso do desenvolvimento tecnológico e pela competição econômica entre as empresas (JACKSON; SORENSEN, 2007, p. 290). Já para Albuquerque, em seu livro sobre as Relações Internacionais contemporâneas, a globalização pode ser resumida nas seguintes palavras:

A chamada globalização resulta da transnacionalização numa era de mobilidade ‘instantânea’ de conhecimentos, pessoas e capital e consiste na desterritorialização de processos que, desde sua formação, o Estado-nacional conseguia domar, submetendo-os à sua autoridade territorial. (ALBUQUERQUE, 2007, p. 107).

Existem diversas abordagens e teorias relativas à globalização, e grandes debates sobre as consequências geradas por este fenômeno. Para muitos, a globalização é uma característica positiva do novo sistema mundial, que gera maiores possibilidades para avanços econômicos (JACKSON; SORENSEN, 2007, p. 291). Muitos dos

economistas são otimistas em relação a este fenômeno, a exemplo do americano Milton Friedman (1993), que celebra o fato da possibilidade de “[...] se produzir um produto em qualquer local, utilizando recursos derivados de qualquer parte, por uma empresa localizada em qualquer lugar e que será vendido em um outro lugar.”

Por outro lado, a globalização econômica incentivou a formação de novos movimentos sociais em diversas partes do mundo, voltados para resistir ao fenômeno e seus efeitos adversos. Tais movimentos, chamados por Manuel Castells de “identidade de resistência”, foram concebidos e gerados, segundo Jackson e Sorensen (2007, p. 298), “[...] por aqueles atores em posições, condições desvalorizadas e/ou estigmatizados pela lógica da dominação.”

O final da Guerra Fria, neste sentido, trouxe consigo novos temas que passam a fazer parte da agenda internacional, que entre os temas de meio ambiente, direitos humanos, sociedade de informação, terrorismo, saúde (AIDS), inclui-se a interdependência global e seus efeitos. A agenda mundial tornou-se extremamente complexa, juntando novos temas com os já tradicionais. Como Almeida (2008, p. 305) coloca:

Algumas das grandes conferências patrocinadas pela ONU nos anos 1990 – criança, em 1990; meio ambiente e desenvolvimento, em 1992; direitos humanos, em 1993; população e desenvolvimento, em 1994; desenvolvimento social, em 1995; mulher, em 1995; assentamentos humanos, em 1996, além de outras não publicitadas – contribuíram sobremaneira para aumentar o grau de consciência cidadã sobre as novas dimensões da interdependência global.

Apesar de seus aspectos positivos, a globalização apresentou novos desafios e problemas para os atores internacionais. Surgiu, por exemplo, através do rápido desenvolvimento tecnológico, um novo problema global, a questão do denominado *global mass culture*. A homogeneização cultural, assim traduzido para o português, ou “cultura em massa”, passou a colocar a cultura como prioridade na agenda internacional, uma vez que com a rápida transferência de informações, com impulso da interdependência, a cultura estava se

tornando cada vez mais uma só. Nas palavras de Cervo (2008, p. 319):

O que se assemelhava a uma unificação do mundo por obra dos modernos meios de comunicação, da abertura e globalização de mercados e do avanço das instituições democráticas não impediu o refluxo das políticas de segurança para dentro dos Estados [...]. O novo mundo tornava-se mais incerto, mais complexo e não menos perigoso.

Padronização cultural

A importância da criatividade para uma nação, inclusive em termos econômicos, pode ser observada ao longo da história, porém, a criatividade como política de estado e prioridade nacional para o desenvolvimento, somente vieram a ser abordadas nos anos 1990, pela Austrália. A primeira vez que se ouviu falar em algo do tipo foi por meio de uma declaração intitulada “The Creative Nation” (AUSTRALIA, 1994), feita pelo primeiro ministro da Austrália, Paul Keating, em 1994. Antes de sua eleição como primeiro ministro, Keating já havia demonstrado interesse em apoiar a criatividade e a cultura nacional, como forma de combater os problemas que surgiam na Austrália relativos à identidade da cultura australiana no início dos anos 1990.

Há anos, a Austrália vinha perdendo cineastas, músicos, artistas, atores para ambientes mais receptivos ao desenvolvimento cultural, como Nova Iorque e Londres. O que antes era um diferencial do país, resultado de uma longa história de colonização e consolidação e de um forte sentimento de preservação de uma cultura aborígene, começou a se misturar e se confundir com a cultura de outros países. De repente, os australianos não tinham interesse em serem “tipicamente australianos”. Queriam se vestir, trabalhar e agir com base na influência do mundo exterior. Para Keating, esta mudança de atitude viria, no longo prazo, a destruir a identidade australiana, e com isto afetar sua ação política e econômica, além de seu desenvolvimento e crescimento (AUSTRALIA, 1994).

Não havia uma preocupação somente com a preservação da

cultura nacional, o governo de Keating previa que uma identidade cultural e artística cada vez mais estimulada e afirmada, abriria espaço para novos empreendimentos e oportunidades, novos empregos e profissões. Além disso, incentivaria a maior parte de suas grandes mentes criadoras a permanecerem e trabalharem em seu próprio país em prol do desenvolvimento cultural. Por sua vez, o estabelecimento de uma forte economia cultural e identidade artística no âmbito internacional, poderia promover um aumento do turismo australiano, das vendas internacionais de produtos australianos. Para Keating, estabelecer uma imagem ou identidade cultural australiana positiva equivaleria a usar esses recursos como uma ferramenta de política externa (AUSTRALIA, 1994).

Na sua declaração, Keating ressaltou a importância que tinha para a Austrália a valorização de sua identidade. Manter e até desenvolver apropriadamente a identidade Australiana foi a maior preocupação de Keating, que considerava essa ação essencial tanto para o reconhecimento internacional do país quanto para seu desenvolvimento econômico. Nas palavras de Keating:

A Austrália, como o resto do mundo, está num momento crítico de sua história. Aqui, como em qualquer outro lugar, valores e ideologias tradicionais estão em fluxo e a rapidez da economia global e de mudanças tecnológicas têm gerado dúvidas e cinismo sobre a habilidade de governos nacionais confrontarem o futuro. O que é distintivamente australiano sobre a nossa cultura está em perigo pela cultura em massa homogeneizada internacional. (AUSTRALIA, 1994, p. 3).

Por muitos anos, a Austrália, em termos de arte e cultura, considerava o chamado *cultural cringe*, ou seja, a ideia de que para algo australiano ser considerado de valor cultural, deveria primeiro ser “aprovado” por Londres e Nova Iorque, as maiores cidades culturais e artísticas do mundo (AUSTRALIA, 1994, p. 1). Por meio da nova política cultural, o governo buscou promover a cultura e arte australiana, preservar sua história e patrimônios culturais, além de seus profissionais, incentivar a criação e a expressão cultural. O

governo de Keating fez questão de destacar que a política cultural que estava sendo criada, era de fato também uma política econômica:

Cultura gera riqueza. Em geral, nossas indústrias culturais geram 13 bilhões de dólares por ano. Cultura emprega. Cerca de 336.000 australianos são empregados em indústrias relacionadas à cultura. Cultura agrega valor, é uma contribuição essencial para a inovação, *marketing* e *design*. É um símbolo de nossa indústria. O nível da nossa criatividade determina substancialmente a nossa capacidade de adaptação a novos imperativos econômicos. É uma exportação valiosa em si mesma e um acompanhamento essencial para a exportação de outras mercadorias. Atrai turistas e estudantes. É essencial para o nosso sucesso econômico. (AUSTRALIA, 1994).

Economia criativa

O termo "*creative industries*", o mais utilizado nos países anglo-saxões, asiáticos e latino-americanos, traduzido para o português como "indústrias criativas", terminou não sendo bem recebido no Brasil, gerando confusões semânticas. O problema da tradução literal do termo se deve por que na língua inglesa "*industry*", significa "setor", ou o conjunto de empresas que realizam uma atividade produtiva comum (BRASIL, 2011, p. 21). Por essa razão, passou-se a adotar no Brasil o termo "setores criativos" para englobar os conjuntos de empreendimentos que atuam no âmbito da economia criativa. São eles os setores que "[...] têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central da formação de preço, e que resulta em produção de riqueza cultural e econômica." (BRASIL, 2011, p. 22).

Para começar a definir o conceito, podemos analisar o termo "economia criativa" separadamente, como palavras ou ideias separadas. A economia, de acordo com Mini Dicionário da Língua Portuguesa, diz respeito à produção ou consumo de bens e serviços em determinado país ou região (BECHARA, 2009). É definido pela geração de dinheiro e também pela administração de recursos disponíveis num país ou numa região. Etimologicamente, vem

da junção de duas palavras gregas: *oikos* (casa) e *nomos* (costumes, hábitos), que dessa forma expressa “administração de casa ou do local onde vivemos”. Através de grandes pensadores como o Aristóteles, vemos que o assunto economia/filosofia, como também economia e ética, sempre foi discutido ao longo da história. Isso nos mostra que a economia gira em torno da sociedade e pessoas (REIS, 2009, p. 3).

Já a criatividade, diz respeito à imaginação e ideias originais para a criação de algo (BECHARA, 2009). A criação pode ser de algo totalmente novo, que ainda não existia, ou pode ser uma releitura de algo já existente. A criatividade tem a ver com talento. A palavra está associada à ideia de invenção, que deriva do latim *invenire*, ou seja, “vir de dentro”. Dessa maneira, como coloca Durand (2007, p. 5), “[...] a criatividade é algo imprevisível e irreduzível a qualquer condicionante psíquico, social ou econômico [...]”, o que nos indica a importância de reconhecer o valor intangível que proporciona a criatividade.

A junção das duas palavras dá vida a outro conceito: produção de bens e serviços caracterizados pelo seu conteúdo intangível, assim como negócios e serviços relacionados à preparação, criação e preservação de produtos considerados artísticos ou culturais. O autor John Howkins (2007), especialista em economia criativa, define o termo muito bem quando diz que a criatividade não é necessariamente uma atividade econômica, mas pode, sim, se tornar uma, caso venha a produzir uma ideia com implicações econômicas ou um produto comerciável. Howkins (2007), que publicou o livro *The creative economy*, um das obras mais completas sobre o tema, explica que nenhum dos dois, nem a economia e nem a criatividade são assuntos novos, mas o que sim é novo é a junção dos dois, que, quando interligados, desenvolvem grandes riquezas e ganham enorme valor.

Os setores da economia criativa variam de país para país devido ao foco e necessidades de cada nação e suas políticas externas, desenvolvimento, comércio e cultura. A partir de pesquisas da Unesco, pode-se observar que internacionalmente, em geral, os setores se caracterizam como colocado no quadro abaixo:

Figura 1 – Setores de Economia Criativa

Setores Criativos Nucleares Macro-Categorias	Atividades Associadas
A. Patrimônio natural e cultural	<ul style="list-style-type: none"> • Museus • Sítios históricos e arqueológicos • Paisagens culturais • Patrimônio natural
B. Espetáculos e celebrações	<ul style="list-style-type: none"> • Artes de espetáculo • Festas e festivais • Feiras
C. Artes visuais e artesanato	<ul style="list-style-type: none"> • Pintura • Escultura • Fotografia • Artesanato
D. Livros e periódicos	<ul style="list-style-type: none"> • Livros • Jornais e revista • Outros materiais impressos • Bibliotecas (incluindo as virtuais) • Feiras do livro
E. Audiovisual e mídias interativas	<ul style="list-style-type: none"> • Cinema e vídeo • Tv e rádio (incluindo internet) • Internet podcasting • Video-games (incluindo onlines)
F. Design e serviços criativos	<ul style="list-style-type: none"> • Design de moda • Design gráfico • Design de interiores • Design paisagístico • Serviços de arquitetura • Serviços de publicidade

Fonte: Brasil (2011).

A economia criativa e as relações internacionais

A partir de discussões iniciadas nas Nações Unidas, em especial no âmbito da Organização das Nações Unidas para a Educação, Ciência e a Cultura (Unesco), da Conferência das Nações Unidas para Comércio e Desenvolvimento (Unctad) e do Programa das Nações Unidas para o Desenvolvimento (PNUD), o termo Economia Criativa foi se estendendo para rodadas de negociações internacionais e tem entrado na agenda de diversas conferências internacionais. Muitas das discussões sobre o assunto envolvem as questões de tecnologias e propriedade intelectual, questões estas que dividem os especialistas em Economia Criativa, que questionam até que ponto a ciência e a tecnologia devem ser incluídos dentro da Economia Criativa. Como coloca Stuart Cunningham, do ponto de vista da economia de negócios, a posição extraída do trabalho de John Howkins define como constitutivas da economia criativa apenas quatro áreas: indústrias baseadas no direito autoral, na patente, nas marcas registradas e no *design*. Enquanto “[...] países como Grã-Bretanha e Austrália somente definem como Economia Criativa indústrias baseadas na arte e na cultura, excluindo indústrias de patentes, e assim, perpetuando uma divisão arte-ciência.” (HOWKINS, 2007, p. 3).

No âmbito das teorias das Relações Internacionais, a Economia Criativa encaixa-se como um exemplo das ideias construtivistas, principalmente por se tratar de iniciativas que podem fortalecer a identidade nacional, melhorar o tratamento de questões sociais e, em geral, lida com o intangível. O Construtivismo, que também surgiu durante a década de 1990, época marcada por grandes mudanças no cenário internacional após o fim da Guerra Fria, busca, como Sarfati (2005, p. 259) coloca, “[...] construir uma ponte entre preocupações positivistas (explicar as relações internacionais) e as pós-positivistas (entender do que são constituídas as relações internacionais).” As ideias construtivistas, então, baseiam-se na origem dos interesses do Estado, em que a convivência social é o que constrói ou modifica seus agentes, sendo, dessa maneira, o Estado um resultado de construções sociais. Por trás desta “construção social”, está a formação do interesse

do Estado, que por sua vez é determinado pelo desenvolvimento de sua identidade. A identidade nacional só é formada e consolidada a partir do relacionamento entre os Estados, ou seja, é a base para a formação de interesses que passam a existir, como é o caso da cooperação internacional e das negociações internacionais, quando um ou mais Estados começam a se relacionar. Este relacionamento pode gerar interesses tanto positivos quanto negativos, porém, será determinante para a atuação do Estado com outros atores, sejam eles outros Estados ou organizações internacionais. O autor, no âmbito do Construtivismo, nos mostra a importância do intangível, porém nos alerta para a necessidade de se vincular a realidade (ontologia) com a teoria (epistemologia), uma vez que uma depende da outra (SARFATI, 2005).

Sarfati sublinha, a partir de sua leitura de Haas, a importância de comunidades epistêmicas dentro do Construtivismo. Para ele, uma comunidade epistêmica pode ser definida como:

Rede de profissionais com reconhecidas especialização e competência em uma área de conhecimento que possuem um conjunto de crenças e princípios normativos em comum que proveem uma racionalidade de ação para os membros da comunidade, crenças causais derivadas da análise das práticas ou que contribuem para responder a um problema central na disciplina e constituem a base para entender o relacionamento entre possíveis ações políticas e os resultados desejados. (SARFATI, 2005, p. 271).

Tais redes de profissionais, quanto mais incentivadas, mais influenciarão o Estado e seu desenvolvimento de interesses. Apesar de atuarem independentemente do Estado, causam impacto na formação de ideias e de preferências políticas, gerando não só inovação política, mas também a difusão política. Dessa maneira, não só influenciando o Estado, mas também participando de diálogos internacionais.

A Economia Criativa é um exemplo de instrumento na concepção Construtivista que tem se tornado, por meio da relação do país com outros Estados, um interesse nacional ou parte da identidade

nacional. As comunidades culturais que compõem o trabalho em setores criativos, no âmbito da Economia Criativa, como artistas, cineastas, *designers*, músicos, entre outros, constituem precisamente aquilo que Sarfati denomina de comunidades epistêmicas. É importante, então, que estas comunidades sejam cada vez mais incentivadas ou motivadas para que haja uma maior participação delas na formulação de ações políticas internacionais, envolvendo os interesses do país. A Economia Criativa pode servir como chave para a cooperação internacional, para o intercâmbio cultural e para a formação de *softpower*.

Ao mencionar *softpower*, faz-se referência direta à teoria e Joseph Nye que se contrapõe ao chamado *hardpower*, tanto utilizado nos Estados Unidos. A partir de estudos sobre as ações políticas dos Estados Unidos, Nye identifica que, em sua maior parte, o país utilizava-se do “poder duro”, ou seja, do uso da força, para obter os resultados que desejava. Seguindo esta linha de pensamento, o poder é justamente a “[...] habilidade de influenciar o comportamento dos outros para se conquistar o resultado que deseja.” (NYE, 2004, p. 1). *Softpower*, assim, é um instrumento alternativo de influência internacional (NYE, 2008, p. 95). Os recursos que geram o *softpower*, dentro das Relações Internacionais, advêm, principalmente, da cultura do país. Como afirma Nye:

O *softpower* de um país reside, sobretudo, em três recursos: sua cultura (em lugares onde é atraente para outros), seus valores políticos (quando o país demonstra fidelidade a eles em casa e no exterior) e suas políticas externas (quando são enxergadas como legítimas e como detentoras de autoridade moral). (NYE, 2008, p. 97).

Na tabela abaixo, desenvolvida pelo Departamento de Economia Criativa do British Council, pode-se observar algumas das maneiras que a Economia Criativa pode ser utilizada para o desenvolvimento no âmbito das Relações Internacionais:

Figura 2 – Áreas para formulação de políticas

Áreas de interesse para a formulação de políticas

Desenvolvimento econômico local	Políticas industriais nacionais	Políticas Culturais
<ul style="list-style-type: none"> • Crescimento da cidade ou região • Regeneração • Desenvolvimento de <i>clusters</i> locais e regionais • Diversificação Econômica • Regional • Fortalecimento da marca de uma região ou de uma cidade 	<ul style="list-style-type: none"> • Inovação • Competividade • Internacional 	<ul style="list-style-type: none"> • Arquitetura • Cooperação cultural • Diversidade cultural • Intercâmbio cultural • Identidade cultural • Novas formas culturais

Fuente: BOP Consulting. 2006

Fonte: United Kingdom (2010).

Conclusões

A cultura e a globalização constituem dois fenômenos complexos e plurais da atualidade, porém necessários em discussões no que tange o desenvolvimento. A cultura passa a ganhar maior atenção na agenda internacional, por se tornar uma preocupação mundial em termos de preservação, por ser um instrumento fundamental para a formação da identidade das nações e por ser ferramenta para o crescimento do poder simbólico. A globalização, por sua vez, se dispersa tão rapidamente, transformando diversas áreas e gerando progresso em um mundo cada vez mais unificado, interligado e conectado. Junto com a provocação da rápida propagação do mundo global, a globalização traz consigo consequências prejudiciais, principalmente à diversidade entre as culturas e à identidade.

Faz-se necessário repensar novos conceitos e políticas para a solução de problemas contemporâneos, como as provocadas pela globalização. O desafio imposto será da reorganização, como visto no caso das integrações entre culturas e trabalhos a partir de vontades mútuas, e de uma nova percepção para a promoção e o trabalho com

a cultura e criatividade no mundo interligado em que vivemos hoje.

A cultura se transforma em uma nova ferramenta do século XXI para consagrar a competitividade internacional e para gerar soluções de desenvolvimento. Por intermédio do incentivo à cultura e criatividade, os governos apoiam e consolidam não apenas empreendedores que desejam uma inserção no mercado internacional, mas difusores da identidade nacional do país. A partir desta realidade, vê-se que governos podem empregar a criatividade de diversidade cultural para incrementar uma atuação internacional de forma alternativa, ou seja, pode formular uma política externa, que tenha como foco a identidade e a cultura nacional, mas, ao mesmo tempo, tornar esses elementos meios para o desenvolvimento, inclusive o desenvolvimento econômico.

A análise realizada neste trabalho revela-nos um conjunto de informações que nos ajuda a compreender melhor o papel da Economia Criativa na política externa de um país e nas Relações Internacionais, de uma forma geral, a partir de sua história e trajetória derivada da globalização. Primeiro, vê-se que, ao inserir a Economia Criativa no âmbito das Relações Internacionais, deparamo-nos com uma mudança de paradigma. Na abordagem tradicional da economia nas Relações Internacionais, foca-se na economia industrial de produção em massa, com seu foco na venda, exportação e importação de produtos. Na abordagem centrada na Economia Criativa o foco recai não no produto, mas nas ideias, nos conceitos, nos sentimentos, e na experiência que os produtos comercializados agregam. O que se vende não é o produto, mas a criação. Esta nova forma de economia e geração de valor surge a partir de uma nova preocupação mundial, tendo sua origem no rápido processo da globalização e interdependência econômica.

Em segundo lugar, a Economia Criativa surge como uma nova ferramenta do século XXI para consagrar a competitividade internacional e para gerar soluções de desenvolvimento. Através do incentivo à Economia Criativa, os governos apoiam e consolidam não apenas empreendedores que desejam uma inserção no mercado internacional, mas difusores da identidade nacional do país. A partir

desta realidade, vê-se que governos podem empregar a Economia Criativa para incrementar uma atuação internacional de forma alternativa, ou seja, podem formular uma política externa, que tenha como foco a identidade e a cultura nacional, mas, ao mesmo tempo, tornar esses elementos meios para o desenvolvimento, inclusive o desenvolvimento econômico.

Assim como outros novos temas a entrarem na pauta da agenda internacional, a Economia Criativa se mostra como um dos braços da globalização, que tem se transformado rapidamente após os eventos das décadas de 1980 e 1990. Este novo setor passa a ser utilizado no cenário internacional como uma solução de um aspecto negativo da globalização, o da homogeneização cultural.

Nota

* Bacharel em Relações Internacionais e pós-graduanda em Gestão Cultural. Em 2012 apresentou e publicou "A Economia Criativa como Instrumento para o Desenvolvimento do Empreendedorismo Brasileiro na Área de Moda" nos anais do XXII Seminário Nacional de Parques Tecnológicos e Incubadoras de Empresas.

REFERÊNCIAS

ALBUQUERQUE, José Augusto Guilhon. **Relações internacionais contemporâneas: a ordem mundial depois da guerra fria**. 2. ed. Petrópolis, RJ: Vozes, 2007. 197 p.

ALMEIDA, Paulo Roberto de. As últimas décadas do século XX: fim do socialismo e retomada da globalização. In: SARAIVA, José Flávio Sombra (Org.). **História das Relações Internacionais Contemporâneas: da sociedade internacional do Século XIX à era da globalização**. São Paulo: Saraiva, 2008. p. 253-316.

AUSTRALIA. **Creative nation: commonwealth cultural policy**. October 1994. Disponível em: <<http://www.nla.gov.au/creative.nation/role.html>>. Acesso em: 21 ago. 2011.

BECHARA, Evanildo. **Minidicionário da língua portuguesa**. Rio de Janeiro: Nova Fronteira. 2009.

BRASIL. **Plano da secretaria da economia criativa: políticas, diretrizes e ações, 2011-2014.** Brasília: Ministério da Cultura, 2011.

CERVO, Amado Luiz. O final do século XX e o início do XXI: dificuldades para construção de uma ordem global. In: SARAIVA, José Flávio Sombra (Org.). **História das Relações Internacionais Contemporâneas: da sociedade internacional do Século XIX à era da globalização.** São Paulo: Saraiva, 2008. p. 317-347.

CESNIK, Fabio de Sá; BELTRAMI, Priscila Akemi. **Globalização da cultura.** Barueri, SP: Manole, 2005. 186 p. (Entender o Mundo, v. 8).

CUNNINGHAM, Stuart. **From cultural to creative industries: theory, industry and policy implications.** Creative industries research and applications centre, Queensland University of Technology. [s.d.]. 13 p.

DURAND, José Carlos. **Sugestões para o cultivo e a difusão da economia da cultura no Brasil.** Campinas: Grupo Focus/Unicamp, 2007.

FRIEDMAN, Milton. Cooperation, competition go hand in hand. **Nikkei Weekly**, 31 maio 1993.

FUKUYAMA, Francis. **The end of history and the last man.** Nova Iorque: Avon, 1992.

HOWKINS, John. **The creative economy: how people make money from ideas.** London: Penguin, 2007. Kindle Edition.

JACKSON, Robert; SORENSEN, Georg. **Introdução às relações internacionais.** Rio de Janeiro: Zahar, 2007.

NYE, Joseph. **Public diplomacy and softpower.** The Annals of the American Academy of Political and Social Sciences, mar. 2008. p. 94-109.

_____. **Softpower and leadership.** Compass: a journal of leadership, 2004.

REIS, Ana. C. F. **Cultura e economia criativa.** 2009. Disponível em: <<http://culturadigital.br/culturasaojoanense/2009/10/14/cultura->

e-economia-criativa/>. Acesso em: 14 ago. 2012.

_____. **Economia criativa: como estratégia de desenvolvimento – uma visão dos países em desenvolvimento.** São Paulo: Itaú Cultural, 2008. 268 p.

SARFATI, Gilberto. **Teoria das relações internacionais.** São Paulo: Saraiva, 2005.

UNITED KINGDOM. **Guia prático para o mapeamento das indústrias criativas.** Série Economia Criativa e Cultural do British Council, 2010.

Recebido em 30 de junho de 2013.
Aprovado em 10 de julho de 2013.

Abstract

This paper aims to present Creative Economy as a response of the accelerated globalization observed from the 80's and 90's, with the end of bipolarity and the formation of a new international order. This paper will present, through historical analysis, the evolutionary process of globalization, the emergence of Creative Economy as a theme on the international agenda and its concepts. At the end of the study, it is possible to safeguard its importance in international relations, in the context of foreign policy as a source of affirmation of national identity.

Keywords: Creative Economy. Globalization. International Relations.