

Áreas Culturais e globalização: a área cultural lusófona desde a economia criativa – II

Miguel Sopas de Melo Bandeira¹

Resumo

Na sequência da comunicação apresentada na sessão de abertura do(s) *Congresso Brasileiro de Língua Portuguesa e Congresso Internacional de Lusofonia*², sobre o tema, “Globalização e áreas culturais. A área cultural luso-brasileira” (2010), prosseguiremos agora com a última parte da nossa intervenção, procurando aqui fixar a reflexão que então fizemos a propósito dos desafios colocados pela denominada *economia criativa* na relação óbvia com a pretendida *área cultural* da lusofonia.

A posição em que nos colocamos perante a “Lusofonia e Cultura-Mundo” decorre de uma perspectiva geopolítica, tendo por domínio a expressão geográfica da *rivalidade dos poderes e das influências sobre os territórios* (Yves Lacoste, 2005: 7), percecionada sob o prisma das *áreas culturais*. Isto é, da indagação de uma *possível quanto desejada área cultural lusófona* (...) [enquanto] *alternativa plausível e prudente que desafia o mundo global em que vivemos* (Bandeira, 2010).

Palavras-chave: lusofonia; áreas culturais; economia criativa; geopolítica; geografia política.

Abstract

This text is the second part of the paper presented at the opening session of double event: the Brazilian Congress of Portuguese Language and *Lusofonia* International Congress, on the theme, “Globalization and cultural areas. The Luso-Brazilian cultural area” (2010). It will now proceed under a geopolitical perspective, with a reflection on the challenges posed by the cultural and creative industry dominated by Portuguese language.

We start by revisiting the evolution of the concept of cultural area, admitting that it was desirable scale for a geopolitical reorganization of a “new world order”. We argue that the nation state remains the basic unit of understanding between the people and the model of international order legally recognized. Then, assuming the role of language, and the importance of linguistic and territorial expression in the

¹ Presidente do Instituto de Ciências Sociais da Universidade do Minho, investigador integrado do CEGOT, e associado do CICS. E-mail: bandeira@ics.uminho.pt

² *13º Congresso Brasileiro de Língua Portuguesa e 4º Congresso Internacional de Lusofonia* – “Globalização e áreas culturais. A área cultural luso-brasileira”; PUC, São Paulo – Brasil; 28 de abril a 1 de maio de 2010

cultural setting, which *is a reflection of power relations* (Le Breton, 2005: 12) we will relate the so-called creative economy with the construction of cultural area of the Portuguese language (*Lusofonia*).

Keywords: *world-portuguese language*; cultural areas, creative economy, geopolitics, political geography.

Iniciaremos a nossa reflexão pela revisitação do conceito de *área cultural*, que foi desenvolvido no distante período entre as duas grandes guerras do século XX, designadamente, problematizando o sentido e o alcance desta asserção antropogeográfica de escala planetária, uma vez mais como um contributo para conjeturar a possibilidade de uma “nova ordem mundial”. Dir-se-ia, tanto mais interessante, talvez, quando somos chegados ao patamar mínimo do estatuto de *Estado-Nação*, por admitir que, apesar do que se diga, este ainda continua a ser a unidade base de concertação entre os povos e o padrão de ordenamento internacional legalmente reconhecido. De seguida, sem prescindirmos do essencial da nossa anterior intervenção sobre este assunto, onde abordámos o papel determinante da língua, e no qual relevamos a importância da expressão linguístico-territorial na configuração das *áreas culturais*, quer na sua afirmação, quer pelo *reflexo das relações de força* (Le Breton, 2005: 12) que evidencia, centrar-nos-emos agora no plano das atuais implicações da tão propalada *economia criativa*. Mesmo admitindo-a como uma filha lúdica da cultura valorada, ou tão-somente mais um pretexto de apropriação capitalista por tudo aquilo que sempre promete. Ainda assim, e porque não, tomando-a certamente como mais um domínio útil do senso comum para justificar uma *área cultural lusófona*.

Área Cultural: uma escala possível para uma nova ordem mundial

A origem do conceito de *área cultural* desenvolveu-se a partir dos estudos de etnologia e antropologia, tendo, curiosamente, por objeto, nos seus primeiros ensaios de identificação e delimitação, o originário continente africano. De acordo com Gilberto Freire³, citando W. D. Hambly (1937), que o toma como uma autoridade no estudo deste conceito, terá sido *A. de Prévile (1894) o primeiro antropólogo cultural a se ocupar do assunto*⁴, destacando na mesma área outros autores e trabalhos posteriores⁵.

Para Hambly, face à tendência então existente para estudar as *áreas de cultura principalmente* [como] *enumeração de traços característicos*, contrapôs-se a ideia de

³ numa edição posterior a 1938 do seu célebre estudo “Casa-Grande & Senzala”, in Freire, G. (2003) *opus cit* p. 238

⁴ Hambly, Wilfrid D. – Source-book for african anthropology – Chicago, 1937, que refere na Parte I, secção II, sob o título “The culture area concept”, in, A. De Prévile – Les sociétés africaines – Paris 1894,

⁵ Dowd (1907), R. Thurnwold (1929) e M. J. Herskovits (1929,1930), *opus cit* in Freire, G. – Casa-Grande & Senzala...p.238

que estas devem ser principalmente consideradas como assunto do foro *social e psicológico*, afirmando, *o que se deve procurar no estudo de uma área é fixar o seu 'ethos', isto é, 'the dynamic or driving force; the character, sentiment, and disposition of a community, the spirit which actuates moral codes, ideals, attitudes, magic and religion'*⁶.

Todavia, há que não olvidar a matriz anglo-saxónica e etnocêntrica da afirmação do conceito, que tem de ser contextualizado no espaço e no tempo. Desde logo pelo rasto colonial europeu que preservou até à afirmação disciplinar da antropologia nas primeiras décadas do século XX. Falamos então de um conceito, de um ramo do conhecimento preocupado em nobilitar-se como ciência, sustentado no paradigma evolucionista do *difusionismo* cultural, subsidiário ainda dos avanços da arqueologia, da história e da linguística.

De acordo com Jorge Dias (1955), um dos pioneiros da Antropologia Cultural em Portugal, a instrumentalidade da noção de *área cultural* resultou da necessidade de classificar e ordenar os objetos etnográficos e arqueológicos de um museu. A inovação decorreu da valorização integrada das peças no seu contexto e ambiente, em detrimento das primitivas taxionomias positivistas, que agregavam os objetos em séries de funcionalidades comuns, organizados em abstrato pela sua morfologia e cronologia. Com o conceito de *área cultural* pode-se dizer que se avançou um pouco mais nos termos de comparação entre os produtores desses objetos, mas, ainda assim, concebia-se o programa museológico numa perspetiva evolutiva e dicotómica entre as denominadas *culturas primitivas* e as *culturas históricas*. Face à presente dualidade, o autor, reconhecendo a tendência prevalecente “para notar melhor as diferenças entre nós e os nossos vizinhos do que as semelhanças” (Dias, 1961: 73), denunciava já uma inquietude crítica perante esta divisão redutora, ao relevar a importância do papel integrador do espaço como suporte promotor da “relação de uma intimidade orgânica entre todos os objetos usados pelo mesmo povo”. Continuava-se, porém, na busca de uma homogeneidade para cada *área cultural*, circunscrita ainda a uma escala local que, no limite, se podia estender aos limites da configuração regional.

Por outro lado, para melhor compreender o rasto semântico que o conceito trouxe da antropologia de meados do século XX, temos entre nós, no contexto colonial do *Estado Novo* (1933-1955), em que Jorge Dias e Portugal se inscreviam, o acentuar de uma crescente contradição doutrinária. Por um lado, as *províncias ultramarinas*, que incorporavam as denominadas *áreas culturais primitivas* – associadas a baixas densidades demográficas, isolamento e localismo etno-arqueológico – isto é, as colónias, e por outro, em contra ponto, a metrópole e as ilhas atlânticas, entendidas como a *área de cultura superior*, face às quais, tudo incluído, se propagandeava existir um País multirracial e multicultural, que se pretendia único.

Antevendo, quicá, já a fragmentação pós-colonial, que então ainda não era de todo evidente, e a complexidade das novas realidades espaciais contemporâneas, em

⁶ *id ibid*

particular, pelo uso que fez do conceito de *world area*, premonição de uma tendente globalização cultural, J. Dias notou, sem todavia o explicitar, a limitação da própria escala de consideração, preconizando, a entidade nacional como unidade basilar da indagação de uma *cultura superior*.

Seria então a partir do citado ensaio que o autor defendeu a sustentação de uma *área cultural luso-brasileira*, em particular da consideração do Brasil como exemplo de uma *área de cultura nacional* pujante, sobretudo, pela combinação evidente de elementos originais que formaram *um corpo novo, com características próprias*, fazendo consciência e dando pertinência a uma escala supra nacional. Reuniam-se assim as condições para dar expressão à *cultura superior (...)* *uma realidade nova, uma superestrutura cultural em que [as culturas regionais] estão contidas, embora transformadas, por uma espécie de fenómeno de sublimação espiritual*. (Dias, 1961: 77), que sustentou, recorrendo à tese de Gilberto Freire, demonstrada na miscenização étnica e cultural, que juntou à cultura índia, endógena, as culturas transoceânicas várias, sobretudo, a portuguesa e as africanas subsarianas, unificadas pela língua.

Nesta perspetiva, a cultura nacional constituía um patamar de superação da base ecológica local-regionalista, e mesmo de si própria, transpondo a tensão ecológica *para o plano espiritual, porque o elemento ambiente é [agora] substituído pela história*.

É verdade que o voluntarismo do autor por uma *área* luso-brasileira pressupunha a integração dos territórios ultramarinos neste processo sem os questionar, pelo que esta visão ainda se insere nos conceitos antropogeográficos da época e nos conflitos de interesse de então. Hoje, não temos dúvida, que o mesmo autor compreenderia o âmbito da sua reflexão na pertinência e na oportunidade do espaço geográfico da Comunidade dos Países de Língua Portuguesa (CPLP).

A visão enunciada, porém, parte da constatação da tensão dinâmica existente entre um foco central difusor e uma periferia mais ou menos friccionante com outras periferias. Isto é, a organização e a polarização centro-periferia de cada uma das *áreas culturais* coexistentes entre si num determinado plano temporal.

Ainda que fortemente imbricada no nosso inconsciente coletivo, diríamos, ocidental, esta imagem, arreigada a um suporte territorial delimitável, tem vindo a perder a sua razão de ser, perante a fragmentação dos estado-nação, a dissolução dos estado-providência, a economia global, a dispersão da urbanização, enfim, entre outros fatores que anulam o efeito dos processos lineares de difusão, *cada vez mais complexos, descontínuos e aespaciais* (Bandeira, 2010). Sendo eles consequência de fluxos, cadenciados em tráfegos, mais ou menos visíveis, sobreponíveis, mais ou menos materializados, híbridos e multidimensionais, que nos confrontam com a *sociedade de informação* contemporânea de que nos explana M. Castells (2001).

Retomando a questão que colocámos na primeira parte desta nossa reflexão, no qual nos defrontamos com a validade e a pertinência que hoje podemos atribuir às *áreas culturais*, muito particularmente, a uma *área cultural* lusófona, sustentada na centralidade de uma base linguística comum, ensaiaremos de seguida a mesma proposta tendo em conta a finalidade da *economia criativa*.

Em primeiro lugar, naturalmente, há que indagar a praticabilidade das *áreas culturais*, enquanto instrumento/realidade geopolítica contemporânea, modelo alternativo ou complementar face à difusão sistemática de um cenário inexoravelmente globalizado que nos tem vindo a ser sistematicamente determinado. A globalização, segundo Moisés Martins (2010), *ao autonomizar-se como variável dominante no mundo (...) fracionou as sociedades transcontinentais, cujos projetos todavia a precederam*, vejamos os casos: da *Commonwealth*, *La Francophonie*, do movimento dos *países não alinhados*; mais recentemente, a *Liga Árabe*, os *Palop's*, a *Cimeira Ibero-Americana de Chefes de Estado e de Governo*; no plano matricialmente económico, a Comunidade Económica Europeia (hoje EU-27), nas Américas (FTAA, MERCOSUR, NAFTA), na Ásia, a Associação dos Países do Sudeste Asiático (ASEAN), o *African, Caribbean and Pacific Group of States* (ACP-79), bem como outros diversos testemunhos desta propensão e vitalidade geoestratégica. Contudo, perante a insuperabilidade crescente dos desequilíbrios globais, designadamente, o agravamento das assimetrias planetárias, a instabilidade dos mercados financeiros, as crises económicas imprevisíveis, frequentes e incontrolláveis, entendemos que voltam a existir condições e razões acrescidas para se admitir a escala das associações de países e nações, de carácter transcontinental – as *áreas culturais*, pela sua afinidade identitária – capazes de poderem preencher esse vazio propiciadoramente reativo.

As que existem, diga-se, tem vindo a agir mais por condicionamento de oportunidades do que propriamente porque se sintam mobilizadas a fazê-lo. Com refere Adriano Moreira (2006), mais por motivo de *inquiétude* da comunidade internacional defrontando já uma *guerra em progresso* que tem por *referência o teor do encontro das áreas culturais*.

Prescindindo do historial que nos conduziu a esta situação e que o autor muito claramente nos sintetiza, urge pois ultrapassar alguns dos dogmas geopolíticos e estratégicos da modernidade eurocêntrica dominante, que foram relançados e têm vindo a ser protagonizados no pós-guerra pelos Estados Unidos da América. De entre estes, sobretudo, depois do final da “guerra fria”, impôs-se a convicção arbitrária de que a paz mundial só poderia depender da supremacia de uma *área cultural* dominante, continuando assim a persistir a dicotomia centro-periferia. Diga-se, uma visão unilateral, que sobre o pretexto de conceitos preventivos e cautelares (ONU, EU, etc.), continuará a ser acusada de paternalismo e agir suspeitosamente debaixo de motivações imperialistas ou neo-coloniais.

As tentativas de constituição de novas centripetações, algumas delas ensaiadas ainda antes da queda do bloco soviético contribuem para o reequacionamento das *áreas culturais*. Daí para cá os chamados *estados-continente* (ex. EUA, China,

Rússia, Índia, e, mais recentemente, o Brasil) tem vindo a ganhar crescente protagonismo no contexto internacional. No entanto, para além do papel hegemónico da única superpotência, esta nova realidade convoca, também, da parte dos ditos *estados-continentes*, e sua inegável massa crítica, nos diversos planos: da opinião pública global; económico; e militar; o equacionamento de novas oportunidades, sobretudo, as mais voluntariosas, como as que decorrem do papel dos estados-nação, em geral, no desenvolvimento das redes do conhecimento e da sociedade da informação.

O privilégio de se poder usufruir de um recurso inesgotável e dinâmico como é o uso de uma língua comum, agregando países e nações ao longo de um espaço geográfico de expressão transcontinental – mais a mais quando esta realidade compreende uma vasta diversidade de géneros linguísticos, de outras culturas e línguas – pode ser em si mesmo um garante do direito à diferença. A expressão das associações territoriais faz da presente realidade, em particular, para todos os que nela se revejam como valor identitário comum, uma oportunidade única, no caso, para a criação de uma estratégia geopolítica da língua no espaço lusófono.

Em segundo lugar, para averiguar a viabilidade de uma *área cultural* lusófona, além da questão da língua, em si mesmo como valor, e da mundividência que esta comporta, releva-se-nos como judicioso, quanto substantivo, equacionar a *área cultural* como fator de desenvolvimento da *economia criativa*.

A imposição dos mercados globais, estreitamente irmanados aos avanços científico-tecnológicos, não dispensa algum País inscrito no concerto das nações, por mais contraditórios que sejam os seus interesses, de descurar a sua participação no patamar mais abrangente e imediato, que hoje em dia podem ser tidas as *áreas culturais*.

A economia criativa pela área cultural lusófona

As línguas, pela relação direta que têm na afirmação de um Estado-Nação, tem vindo a assumir recentemente um novo protagonismo, na medida em que estas constituem um instrumento poderoso de identificação e ordenamento no domínio económico, especialmente relevante, como já vimos, num mundo globalizado cada vez mais pautado pela chamada sociedade da informação e da comunicação.

A *economia criativa*, como se diz hoje, pode e deve ser uma *janela de oportunidade* no estímulo à configuração da *área cultural* lusófona. Melhor dizendo, neste caso, muitas janelas, porque são várias as perspectivas que se abrem ao vasto horizonte da lusofonia, desde logo, porque 210 milhões de pessoas em todo o mundo falam o português e as suas variantes.

O relacionamento dos temas é uma inevitabilidade, pela razão imediata que a formalização da CPLP, celebrada na cimeira do Maranhão (1989), embora só substanciada a partir de 1996, reconheceu a língua portuguesa como o principal elo de ligação dos sete Estados membros (Lopes & Santos, 2006: 26). De facto, os ativos potenciais emergentes da *economia criativa*, e que hoje em dia têm sido tão ampla-

mente propalados como um novo rumo fundamental do desenvolvimento dos povos à escala planetária (*Creative Economy Report* 2008), têm no valor intangível das línguas uma das pedras angulares da diversidade dos seus elementos constituintes mais prospetivos e promissores.

Embora sendo-o antes de o ser, a *economia criativa* resulta, sobretudo, de uma nova atitude, de diversos novos olhares que têm vindo a reconhecer a convergência entre *aspectos económicos, culturais, tecnológicos e sociais do desenvolvimento, a níveis tanto macro como micro. O seu conceito central é o de que a criatividade, o conhecimento e o acesso à informação são cada vez mais reconhecidos como potentes motores do crescimento económico e da promoção do desenvolvimento num mundo que se globaliza*⁷. Neste sentido, a criatividade refere-se sempre ao plano das ideias e à sua aplicação na produção de valor económico associado: as obras de arte, desde as canónicas às populares e vernáculas; das animações efémeras às intervenções urbanas mais duradouras; dos artefactos culturais originais, locais aos globais; das criações funcionais, da arquitetura ao design e *marketing*; à informação e os *media*; dos inventos e inovações tecnológicas, da produção científica ao *software*; tudo sintonizado, tendo efeitos económicos com expressão e alcance muito variados, tal é o caso da iniciativa empresarial, do emprego, da propriedade intelectual, do turismo, etc.⁸. Alguns pretendem-no mesmo como um novo paradigma do desenvolvimento, que justificou, inclusive, a constituição de um grupo de trabalho da ONU (UNCTAD⁹, PNUD, UNESCO, OMPI e CCI – 2004), no âmbito do qual se produziu em 2008 o primeiro relatório à escala do planeta. Outros deslumbram-se com o domínio, como se de uma alternativa, mais ou menos milagrosa, se tratasse, esperando daí a resposta providencial ao impasse decorrente do final do modelo produtivo industrial. Como todos os conceitos novos, imbuídos de forte carga polissémica, ainda que não recolha uma definição universal indefetível, por compreender uma grande subjectividade taxionómica, o seu espectro de denominadores comuns projeta-se numa trajetória dinâmica e multivariada, digna de configurar um setor económico específico. Trata-se, pois, de uma abordagem muito recente, que não pretendemos aqui problematizar em particular, mas que tem aumentado de interesse e exibido consideráveis ativos nesta última meia dúzia de anos, diga-se mesmo, através da fixação de índices, cujo agrupamento potencia valores elevados e promissoramente crescentes, se comparados com os referenciais atribuídos à generalidade dos setores económicos tradicionais que estávamos habituados a encarar como estruturantes e inabaláveis. No período 2000/05, o comércio mundial em bens e serviços criativos registou um cresci-

⁷ *Creative Economy Report* 2008 (Summary) – The Challenge of Assessing the Creative Economy: Towards Informed Policy-making – UNDP, UNCTAD – United Nations, NY 2008, pp61

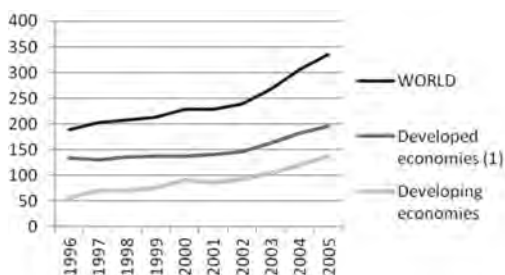
⁸ *Economia criativa* – segundo John Howkins (2001), in “The Creative Economy”, é constituída por atividades realizadas por indivíduos que exploram o valor económico do exercício da sua imaginação. Podendo ser definida nos processos que envolvam criação, produção e distribuição de produtos e serviços, usando o conhecimento, a criatividade e o capital intelectual como principais recursos produtivos (trad. livre), in <http://pt.wikipedia.org/wiki/Economia_criativa>, setembro de 2011

⁹ United Nations Conference on Trade and Development – Edna Santos-Duisenberg

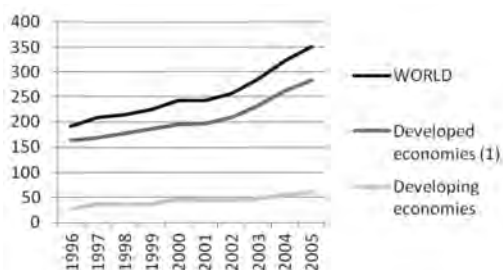
mento anual médio de 8,7%. Isto é, o valor das exportações mundiais de 2005 representou um total de 424.4 mil milhões de US\$ (3,4% do comércio internacional).

Se observarmos os gráficos que se seguem podemos constatar que o fluxo financeiro associado a trocas comerciais de bens e produtos criativos é francamente dinâmico e crescente, particularmente, desde o início do século XXI. Contudo, é de notar que os Países em vias de desenvolvimento, que auferem como os demais de um elevado potencial criativo, embora desaproveitado, desfrutando de menor valor de ativos no processo, denunciam uma baixa capacidade de consumo a nível mundial, numa realidade que, apesar das subidas constantes e em toda a linha, acentua a divergência com os chamados países centrais.

Bens/produtos criativos: exportações e importações, por conjunto de países, 1996-2005



EXPORTAÇÕES (F.O.B.)¹⁰ em milhões de \$'s



IMPORTAÇÕES (C.I.F.)¹¹ em milhões de \$'s

(1) – “incluindo Bulgária e Roménia”. Destes valores decidimos excluir os países das denominadas “economias em transição”

Fonte: UN/UNCTAD, 2008

¹⁰ *Free On Board (FOB)* – é um termo *Incoterms (International Commercial Terms)*, que designa a modalidade de repartição de responsabilidades, direitos e custos entre comprador e vendedor, estabelecido pela Câmara de Comércio Internacional, em que o exportador mantém sua responsabilidade pela mercadoria até ao momento em que esta é expedida, in <<http://www.investopedia.com/terms/f/fob.asp#axzz1aJhyZ2j>> setembro de 2011

¹¹ *Cost, Insurance and Freight (CIF)* é um termo *Incoterms*, que significa que o preço de venda inclui os custos do bem, de transporte e de seguros, in <http://pt.wikipedia.org/wiki/Cost,_Insurance_and_Freight>, setembro 2011

Como todas as novidades promissoras, embora correndo o risco de se confundir como uma panaceia, o conceito tem vindo a ser aplicado aos mais diversos modelos de desenvolvimento, de que são exemplo as chamadas *ciudades criativas*, o *turismo cultural*, os *Creative clusters, networks and districts*, entre outros denominativos que tomam por esquema conceptual o presente campo de convergências. Porém, este como outros conceitos integradores das finalidades da *economia criativa*, tendem a passar à margem das periferias crónicas.

Veja-se o caso europeu, onde as indústrias criativas, em 2003, faturaram 654 mil milhões de euros, correspondendo a um crescimento de 12.3%, e empregavam mais de 5.6 milhões pessoas. Contudo, é curioso notar que a China, recente campeã do crescimento económico clássico, lidera já, desde 2005, também as exportações e importações de valor agregado no setor, sendo que os países em vias de desenvolvimento aumentaram rapidamente o seu desempenho (1996-2005), subindo de 51 mil milhões de US\$ para os 274 mil milhões¹², embora, sublinhe-se ainda, sem poderem tirar o melhor partido das suas capacidades endógenas.

Uma das perspetivas mais promissoras da *economia criativa* prende-se com o potencial e a abundância deste tipo de recursos, independentemente do desenvolvimento dos países. Mas não hajam ilusões, a distribuição desigual da riqueza faz toda a diferença, designadamente, no modo como se processa o retorno em cada uma das economias. Falta ainda percorrer um longo caminho de justiça distributiva, que a natureza e o alcance do conceito reclamam. Como, por exemplo, harmonizar variáveis e colher dados precisos e objetivos, promover políticas públicas adaptadas a cada contexto nacional, bem como conseguir proteger e aplicar os direitos de autor, considerar a justiça na repartição dos dividendos, entre outras prioridades, que terão sempre como palco a escala global.

As interconexões com a cultura são evidentes, desde a cultura popular à erudita; dos fatores identitários, aos marcadores de coesão social; da cultura comercial e não comercial; enfim, de tudo o que de diverso comporta a expressão cultural dos povos, ou dos países. Poderão, no entanto, existir vários enfoques, que resultam de abordagens diferentes, devido à natureza intersectorial da economia em que estas matérias se inscrevem. Uns certamente mais enfatizados na arregimentação canónica da cultura e das artes, outras, certamente, assentes na sociedade da informação e nos efeitos gerados pelas tecnologias de comunicação, outros ainda, nos impactes sociológicos, na animação e no planeamento urbano. Contudo, os produtos culturais que a economia tende a parametrizar estão-se a tornar cada vez mais intangíveis e difusos¹³. Como nos participa o referido Relatório, *o mercado internacional de direi-*

¹²Informe sobre la economía creativa: hacia la formulación de políticas públicas informadas – Resumen; UNDP, UN/UNCTAD, 2008, p. 64

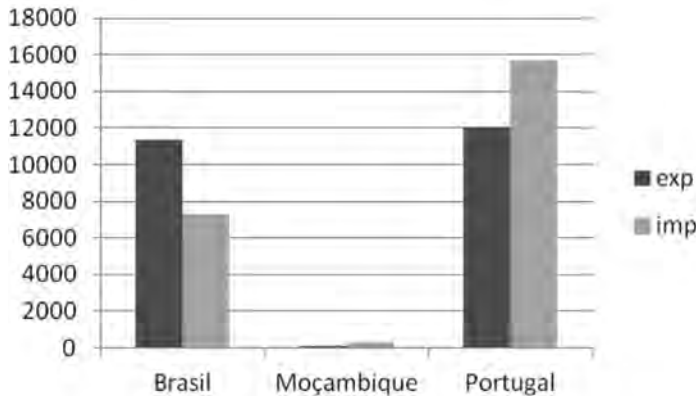
¹³ Sem pretendermos aqui discutir o problema, devemos notar a variedade de denominações correntes sobre a temática, com variações semânticas de *conceitos e definições* ainda não inteiramente fixadas, tais como: *Creatividade; Bens e Serviços Criativos; Indústrias Culturais; Economia cultural; Indústrias Criativas*, e dentro destas várias classificações; *Economia criativa*, etc. *vid.*, *Creative Economy (2008) – Report – 2008 ... opus cit.*, pp. 9-22. Enfim, uma evidência ainda da novidade da temática.

tos e serviços, indubitavelmente excede o mercado físico em termos de valor, sem embargo é difícil obter informação sobre o volume e valor dos direitos que são comercializados (*Creative Economy Report 2008*: 74).

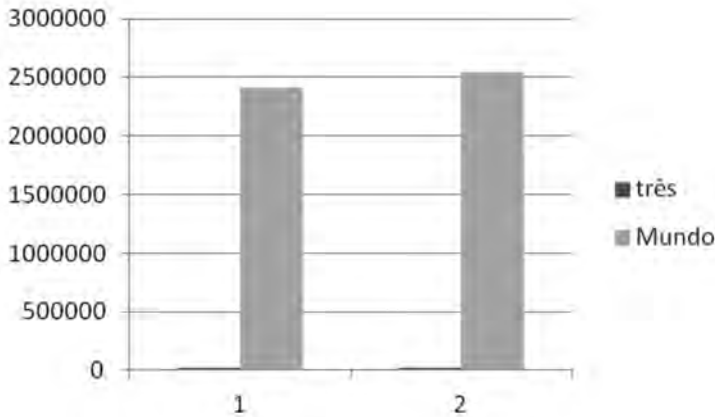
Não é preciso muita imaginação para se perceber as vantagens de uma estratégia comum ao nível da *economia criativa* na afirmação da *área cultural* do espaço lusófono. Para este fim, a consolidação, a afirmação e o potenciamento da língua portuguesa constitui um dos mais vivos instrumentos de coesão à escala do espaço planetário, compreendendo o fundamento central de desenvolvimento futuro deste desígnio, comum aos interesses dos países que integram a CPLP e um garante da própria diversidade cultural do mundo.

Tomando como exemplo três casos exemplificativos, apenas no plano elucidativo das exportações e importações dos *Bens Criativos*¹⁴, relativos às diferentes realidades lusófonas, no seu conjunto – Brasil, Moçambique e Portugal – até porque não se dispõe ainda das séries de dados estatísticos de outros países lusófonos, podemos, de um modo expedito, avaliar algumas das grandes tendências no setor.

***Bens Criativos*: exportações e importações, Brasil/Moçambique/Portugal (“três”), em milhões de \$s (1996/2005)**



¹⁴ De acordo com o *Creative Economy (2008) – Report – 2008 ... opus cit*, pp. 226-229; as classificações estatísticas apresentam-se classificadas em 3 capítulos do anexo, do seguinte modo: 1 – **Bens criativos** (Design; Artes e ofícios; artes visuais; Publishing; Música; New media; e, Audiovisuais), 2 – **Serviços Criativos e Direitos de Autor** (Direitos de autor e licenças, publicidade, pesquisa de mercado e serviços de sondagens de opinião; Pesquisa e serviços de desenvolvimento; de arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos, serviços pessoais, culturais e recreativos, serviços audiovisuais e conexos; outros serviços pessoais, culturais e recreativos); 3 – **Indústrias Afins** (artes visuais, design, artes e ofícios, publicações, música, e audiovisuais) (tradução livre)



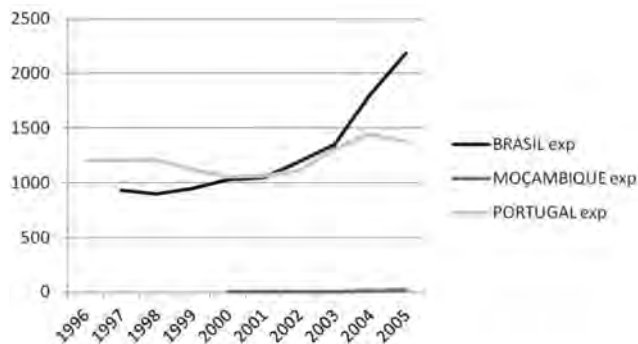
1- 1996

2- 2005

Fonte: UN/UNCTAD, 2008

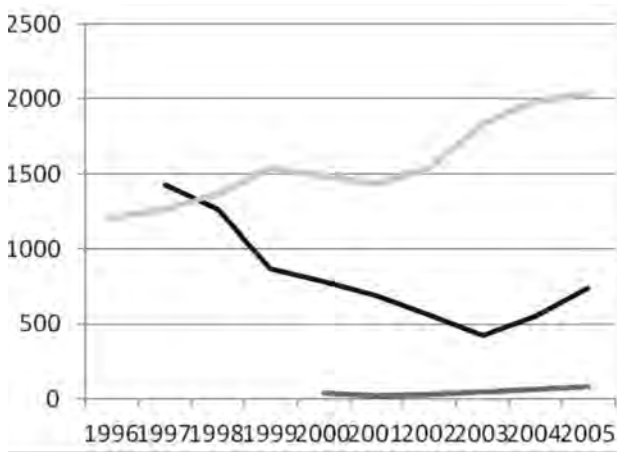
Face a uma aproximada semelhança de níveis no plano das exportações, tanto para Portugal como o Brasil, no plano das importações a situação é inversa, com Portugal a importar mais do dobro do que promove o Brasil. Quanto a Moçambique, os dados ainda são residuais em termos comparativos, não chegando as importações a atingir os 300 milhões de dólares. Infelizmente, porém, essa é também a realidade posicional dos três países juntos, se os compararmos com os valores mundiais. Isto é, apesar do crescimento registado nos últimos anos, estes reunidos ainda não têm relevância estatística à escala planetária.

Apreciando a evolução ao longo de uma década podemos esmiuçar melhor as tendências. Vejamos as seguintes figuras:



EXPORTAÇÕES (F.O.B.)¹⁵ em milhões de \$'s

¹⁵ *Free On Board (FOB)* – é um termo *Incoterms (International Commercial Terms)*, que designa a modalidade de repartição de responsabilidades, direitos e custos entre comprador e vendedor, estabelecido pela Câmara de Comércio Internacional, em que o exportador mantém sua responsabilidade pela mercadoria até ao momento em que esta é expedida, in <<http://www.investopedia.com/terms/f/fob.asp#axzz1aJhyZ2j>> setembro de 2011



IMPORTAÇÕES (C.I.F.)¹⁶ em milhões de \$'s

Fonte: UN/UNCTAD, 2008

Excluindo o caso de Moçambique, também ele revelador do carácter ainda embrionário da consciência pelo setor (os dados somente foram escrutinados desde 2000) e, naturalmente, do efeito dos índices de desenvolvimento frágeis que ostenta, de facto, o Brasil e Portugal revelam uma dinâmica considerável, embora com tendências distintas. Desde logo a divergência entre o emergente potentado brasileiro, ainda classificado no grupo das *developing economies*, perante o euro-periférico território português, na esteira das economias desenvolvidas. Neste último, as exportações de bens/produtos culturais sendo superiores aos da sua antiga colónia atlântica, até sensivelmente ao virar do século, inverteram-se a partir daqui. As exportações brasileiras vieram desde então sempre a crescer, aumentando 113%, nos últimos cinco anos. Por seu turno, Portugal, ainda que tenha aumentado ligeiramente os seus valores, refletiu uma variação irregular, sem tendências definidas.

No presente *item*, as menções dos dois países nos grupos dos *dez mais* exportadores, a nível mundial (2005), é mencionada do seguinte modo:

- Portugal: *Fios*¹⁷ (10°); *Expressões Gráficas*¹⁸ (8°);
- Brasil: *Expressões Gráficas* (5°).

De notar, no entanto, que o posicionamento de Portugal e do Brasil, sobressai melhor ao nível do grupo de países desenvolvidos e em desenvolvimento, em que a estatística os integra, respectivamente. Nesta perspetiva:

¹⁶ *Cost, Insurance and Freight* (CIF) é um termo *Incoterms*, que significa que o preço de venda inclui os custos do bem, de transporte e de seguros, in <http://pt.wikipedia.org/wiki/Cost,_Insurance_and_Freight>, setembro 2011

¹⁷ Rendas artesanais; tecidos à mão; tapetes bordados; bordado; roupa de cama; materiais de malha, etc.

¹⁸ Gráficas e arquitectura: desenhos originais e projectos de arquitectura, etc.

- Portugal: sobe ao nível dos *Fios* (6º); e das *Expressões Gráficas* (4º), e pontua em *Tapetes* (8º); *Escultura*¹⁹ (8º); e *Audiovisuais / cinema* (10º);

- O Brasil: ascende à 3º posição em *Expressões Gráficas*, e pontuando em *Tape-tes* (10º); *Fio* (9º); *artes e ofícios / outras*²⁰ (9º); no *Design* (9º), que compreende: *interior*²¹ (9º); *brinquedos*²² (10º); e *artigos de vidro* (6º); e, ainda, finalmente, o 7º lugar em *Pintura*²³.

No tocante às importações as divergências são ainda mais notórias. Neste caso, também, a partir de 1998, deu-se uma troca de posições, acentuando-se desde aí uma clara divergência. Portugal tem vindo a revelar a sua dependência sectorial, aumentando na década em 68,9% as suas importações. Ao contrário, o Brasil, que até criou muito recentemente uma Secretaria de Estado da Economia Criativa²⁴, afeta ao Ministério da Cultura, tem vindo a diminuir as suas importações (-47,8% entre 1996-2005). Acrescentando-se que, de acordo com o seu recente crescimento, desde 2003, este demonstre uma tendência para aumentar as importações.

Ainda assim Portugal não se faz representar nos *dez mais* referenciados importadores no contexto dos países desenvolvidos, enquanto que o Brasil se posiciona no grupo de países em desenvolvimento, nos seguintes subsectores:

- *celebrações*²⁵ (7º); *utensílios de vime*²⁶ (8º); *brinquedos* (10º); *jornais e periódicos* (6º); *escultura* (10º); e *antiguidades*²⁷ (10º).

Sobre o presente ponto uma nota ainda relativa a Moçambique, para relevar, no seu contexto, os resultados, entretanto, obtidos. Apesar dos valores residuais dos cinco primeiros anos do século, desde 2005 que o país africano mostra uma clara tendência para descolar dessa posição, facto que, certamente, terá motivado a seleção, conjunta com mais quatro países, para integrar o Programa da Economia Criativa da UNCTAD, ao *ser precursor de um estudo sobre o potencial da economia criativa no continente Africano que internacionalmente mereceu neste setor*²⁸.

Por fim, ainda que com uma finalidade tópica, salientáramos o comportamento destes três países lusófonos, também ao nível das exportações e importações, para as categorias de *serviços que incluem indústrias criativas*²⁹ no período (1996-2005).

¹⁹ Estatuetas e artigos ornamentais em madeira, porcelanas, cerâmicas, marfim e outros metais, e talha

²⁰ Velas, peles curtidas, flores artificiais, trabalhos de madeira, etc.

²¹ Mobiliário (sala de estar, quarto de dormir, cozinha, banheiro), utensílios de mesa, toalhas de mesa, papel de parede, vidraria, porcelana, conjunto de iluminação, etc.

²² Bonecas, brinquedos com rodas, comboios elétricos, quebra-cabeças, jogos, etc.

²³ Pinturas, pintura em pastel executada à mão, molduras

²⁴ Governo de Dilma Rousseff

²⁵ Artigos de Natal, festividades, carnavais, etc.

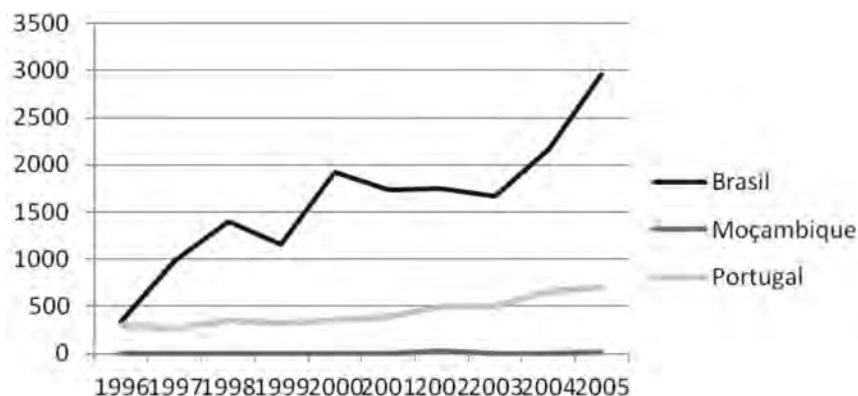
²⁶ Entrançados, esteiras, cestaria, vimes, etc.

²⁷ Antiguidades com mais de cem anos

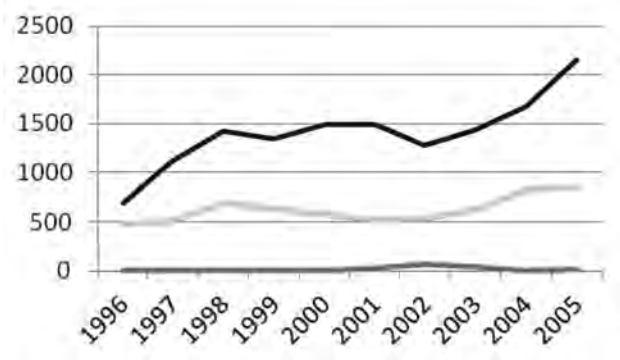
²⁸ *Cities Brief*, News Letter, N°1, Inteli, setembro 2001, p. 6

²⁹ *Creative Economy* (2008) – Report 2008...opus cit pp.295-298

Evolução das exportações e importações para todos os serviços que incluem indústrias criativas³⁰, Brasil, Moçambique e Portugal, (1996-2005)



EXPORTAÇÕES (em milhões de \$'s)



IMPORTAÇÕES (em milhões de \$'s)

Fonte: UN/UNCTAD, 2008

As figuras são suficientemente elucidativas, neste caso, para destacar a relação entre a grandeza e os níveis de desenvolvimento dos três países lusófonos. Todos crescem, é um facto, mas os gradientes desse aumento são distintos. De salientar mesmo a tendência para um acentuado dinamismo do Brasil a partir de 2003, que já anteriormente notáramos para o campo dos *Bens culturais*, facto este que auspiciava nos próximos anos um papel relevante do *estado-continente*, a nível mundial.

³⁰ “Todos os serviços criativos” é uma classificação que é composta das seguintes categorias de serviços: “A publicidade, pesquisa de mercado e serviços públicos de sondagens de opinião”, “arquitetura, engenharia e outros serviços técnicos”; “Serviços de investigação e desenvolvimento” e “pessoais, serviços culturais e recreativos”; “Serviços audiovisuais e conexos” e “outros serviços pessoais, culturais e recreativos”. Para mais detalhes deva-se consultar *Creative Economy* (2008) – Report 2008...opus cit, pp.227-229

A *economia criativa* faz pois cada vez mais parte das prioridades da política internacional e a sua natureza diversa e multidisciplinar convoca-nos para um desafio de afirmação comum num quadro diverso, recíproco e mais justo. Contudo, os desequilíbrios de desenvolvimento continuam a opor dificuldades em diversas negociações multilaterais, como é o domínio que toca aos bens, serviços e produtos culturais, pelo que é preciso atender às diversas idiossincrasias que decorrem dos instrumentos diplomáticos conhecidos, como o Acordo Geral sobre Comércio e Serviços (AGCS), particularmente, na necessidade de contribuir para o fortalecimento das indústrias criativas nos países em vias de desenvolvimento. A defesa dos direitos de propriedade intelectual relacionados com o comércio jogam aqui um papel central, pelo que há que aprofundar, sobretudo, ao nível dos subsectores mais frágeis, como sejam as dimensões culturais que emanam das culturas tradicionais e ricas em folclore pré-industrial, dispositivos de proteção acrescida. São, neste aspeto, de realçar o voluntarismo das Nações Unidas nas iniciativas que decorrem da Convenção da UNESCO sobre a Proteção e Promoção da Diversidade de Expressões Culturais, afinal de contas, mais uma faceta da estratégia que consagra os Objetivos de Desenvolvimento do Milénio (ODM), para os quais a *área cultural* lusófona pode representar um mediador determinante na consecução dos mais amplos e generosos fins.

Como ponto de situação

Procurando uma síntese, ainda que circunstancial, diríamos que o conceito de *área cultural* não é, nem tem de ser, necessariamente decalcável do de área económica, ainda que esta nos surja trajada pela engenhosa indumentária da indústria criativa. No tempo em que a economia perdeu seguramente em finalidade crítica aquilo que ganhou em desejo de conseguir eficácia, o domínio da cultura pode, aparentemente, revelar-se uma oportunidade única. Resta saber se esta é mais uma tentativa da economia clássica tomar conta de tudo, ou se trata de uma oportunidade para valorizarmos os laços de cooperação lusófonos, admitiríamos, sob uma base que pretende *juntar o útil ao agradável*. De qualquer maneira há interesses e direitos a defender da parte de todos os intervenientes.

De facto, enterrado o colonialismo, que, todavia, deverá continuar a merecer a descodificação da história, a visão passadista de uma comunidade centrada no eixo privilegiado luso-brasileiro já não faz sentido senão como uma das tantas parcerias que urge potenciar para robustecer o todo. Isto é, o rasto mais amplo e diverso da lusofonia numa escala de afirmação mundial. Será certamente dentro da construção da ideia que presidiu à formação da CPLP que vale a pena aprofundarmos a escala comum de uma nova realidade de convivência Indico-atlântica, multicontinental, ancorada a uma geografia cultural que tem um traço identitário comum, mas que não deve ser ingénua para desperdiçar ou ficar à margem da geopolítica real dos

antagonismos e das oportunidades do desenvolvimento. Tal como o capitalismo já não se revela somente pela superação do estrito antagonismo de classes, também o neocolonialismo, nos dias de hoje, já não é necessariamente ultramarino (Bandeira, 2010), ele vive hoje porta com porta nas grandes metrópoles.

Num mundo globalizado cada vez mais contrastado e desregulado do ordenamento internacional baseado no direito internacional, o aprofundamento dos laços de cooperação entre nações que falam a mesma língua fora do quadro uniformizante das culturas hegemônicas, deve constituir uma alternativa geopolítica válida, para a qual as *áreas culturais* são um caminho possível em direção a uma nova ordem internacional, assente nos *valores da paz, da democracia e do Estado de direito, dos direitos humanos, do desenvolvimento e da justiça social*. Como já o afirmámos, para não ser já o somatório das partes, mas antes a complementaridade das diversas agregações de afinidade. Isto é, reverberando a ideia síntese de A. Moreira (2006):

o desafio da criação de sociedades multiculturais comuns que incluam o respeito pelas diferenças, e a invulnerabilidade do núcleo central da identidade de cada área, [isto só será possível] se os poderes políticos em declínio meditarem sobre a distância que vai das suas capacidades efetivas à sobrevivente imagem das suas hierarquias passadas.

Entendemos, porém, que, nos tempos próximos, nem todos estamos em condições de participar de igual modo em tamanha empresa. Por um lado o mundo lusófono compreende ainda inúmeros territórios e nações inteiras que clamam urgentemente pelas mais elementares prioridades da modernidade, que ainda não se cumpriu; por outro, a antiga nação colonizadora, periférica e penhorada, dissolve-se nas ambições centrípetas da Europa; pelo que, somente o Brasil, único *estado-nação continente*, pode assumir o papel determinante na construção de uma efetiva *área cultural lusófona*, com a dimensão e a ambição pluricontinental que a multidiversidade do mundo reclama.

Bibliografia

- Bandeira, M. S. de M. (2010) *Áreas culturais e globalização: a área cultural lusófona desde a geopolítica da língua - I*, texto da conferência da sessão de abertura do(s) 13º Congresso Brasileiro de Língua Portuguesa e 4º Congresso Internacional de Lusofonia; “Globalização e áreas culturais. A área cultural lusobrasileira”; P U C; São Paulo – Brasil; 28 de abril de 2010.
- Boas, F. (1904) ‘The History of Anthropology’, in Congresso Internacional de Arte e Ciência, St. Louis, Missouri, *opus cit* Dias, J. (1955).
- Capel, H. (2005) ‘Libelo contra el Inglés’, in *Biblio 3W, Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, (Serie documental de *Geo Crítica*), Universidad de Barcelona, ISSN: 1138-9796. Depósito Legal: B. 21.742-98, Vol. IX, nº 490, 5 de febrero de 2004.
- Castells, M. (2001) *Internet Galaxy: Reflections on the Internet, Business, and Society*, Oxford: Oxford University Press.

- Creative Economy* (2008) Report 2008 – The Challenge of Assessing the Creative Economy: towards Informed Policy-making – UNDP, UN – UNCTAD, 2008, 331 pp.
- Cristovão, F. (S/D) *Elementos para uma geopolítica da língua*, Universidade de Lisboa; Observatório da Língua portuguesa, [http://observatorio-lp.sapo.pt/pt/geopolitica/reflexoes/geopolitica-da-lingua1, Out. 2011].
- Cunha, L. (2008) ‘Configurações espaciais e regimes de pertença’, in Cabecinhas, R. & Cunha, L. (org.), *Comunicação Intercultural: Perspectivas, Dilemas e Desafios*, Porto, Campo das Letras, 2008, pp. 147-167.
- Dias, J. (1955) *Ensaio Etnológico – Estudos de Ciências Políticas e Sociais*, N°52, Junta de Investigações do Ultramar – Centro de Estudos Políticos e Sociais, Lisboa 1961, 198 pp.
- Freyre, G. (1933) *Casa-grande & Senzala – Formação da família brasileira sob o regime da economia patriarcal* (48ª edição), São Paulo: Global Editora, 2003.
- Friedman, T. (2000) *The Lexus and the Olive Tree*, New York: Anchor Books.
- Gavinha, J. A. (2004) ‘El problema del inglés, o de quién y para qué lo usa’, in *Biblio 3W, Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, Universidad de Barcelona, Vol. IX, n° 534, 15 de septiembre de 2004. [http://www.ub.es/geocrit/b3w-534.html].
- Gleich, M. et al (2002) *Cataloguing Life on Earth, Life Counts*, NY, Berlim: Atlantic Monthly Press.
- Huntington, S. (1993) *Le choc des civilisations*, Paris : Odile Jacob, 1997.
- Lacoste, Y. & Rajagopalan, K. (org.) (2005) *A Geopolítica do Inglês*, São Paulo: Parábola Editorial.
- Le Breton, J.-M. (2005) ‘Reflexões Anglófilas Sobre a Geopolítica do Inglês’, in *A Geopolítica do Inglês*, São Paulo: Parábola Editorial, julho de 2005, pp12-32.
- Lopes, L. F. & Santos, O. dos (2006) *Os Novos Descobrimentos – Do Império à CPLP: Ensaio sobre História, Política, Economia e Cultura Lusófonas*, Coimbra: Ed. Almedina.
- Martins, M. de L. (2010) *Resumo da intervenção – IP-PUC/SP – 13º Congresso Brasileiro de Língua Portuguesa e 4º Congresso Internacional de Lusofonia – Língua Portuguesa – aspetos linguísticos, culturais e identitários*.
- Augusto Mateus & Associados (2007) *O Sector Cultural e Criativo em Portugal (Sumário Executivo)*; Gpeari/MC; Lisboa; http://www.culturaonline.pt/SiteCollectionDocuments/Noticias/SCC_SumEx.pdf, Set. 2010
- Moreira, A. & Venâncio, J. C. (2000) *Luso-Tropicalismo: uma teoria social em questão*, col. Outras Obras, Lisboa: Veja Editora.
- Oliveira, L. A. G. de, *Economia criativa na Lusofonia (entrevista)*, *Cities Brief, News Letter*, N°1, Inteli, setembro 2001, pp. 3-5.
- Rajagopalan, K. (2005) ‘A geopolítica da língua inglesa e seus reflexos no Brasil – Por uma política prudente e propositiva’, in *A Geopolítica do Inglês*, São Paulo: Parábola Editorial.
- Santos, Rogério (2007), *Indústrias Culturais — imagens, valores e consumos*, Edições 70, Lisboa, Out. 2007, 383 pp.
- Tapiador, F. J. (2004) ‘Sobre el inglés y la promoción internacional de las ciencias sociales españolas’, in *Biblio 3W, Revista Bibliográfica de Geografía y Ciencias Sociales*, Universidad de Barcelona, 20 de abril de 2004, vol. IX, n° 505.

Texto escrito conforme o Acordo Ortográfico – convertido pela aplicação Lince.