

## POR QUE ECONOMIA CRIATIVA?

### 1. Economia Criativa como Vetor de Desenvolvimento

#### 1.1. No Mundo

A economia criativa vem crescendo no mundo de forma sustentável, demonstrando sua capacidade de resistir às crises econômicas, ao mesmo tempo em que estimula uma cultura empreendedora, especialmente, entre jovens de diversos países e continentes. Por sua vez, os números relativos ao comércio mundial de bens e serviços criativos atingiram um nível recorde de US\$ 624 bilhões<sup>1</sup> em 2011, demonstrando, ainda, grande potencial de criação de empregos e de inclusão social, em função dos amplos complexos produtivos oriundos dos setores criativos.

Considerando o valor agregado da cultura na produção de bens e serviços, os países signatários da **Convenção da UNESCO sobre a Promoção e Proteção da Diversidade das Expressões Culturais** passam a considerar a cultura como o quarto pilar do desenvolvimento das Nações. Nesse sentido, a economia criativa passa a ser considerada uma alternativa econômica irrefutável para os países de grande desigualdade social. Para esses países, a diversidade cultural poderá constituir o insumo estratégico para uma nova matriz de desenvolvimento. Trata-se de avançar, no século XXI, na formulação de políticas públicas que produzam desenvolvimento sustentável, com o objetivo maior de transformar cultura e criatividade em inovação, e a inovação em riqueza cultural, econômica e social.

Contudo, é necessário enfrentar desafios basilares para o desenvolvimento da economia criativa: produção de pesquisas, indicadores e metodologias, para assegurar a confiabilidade de dados que darão substrato às políticas públicas; fomento aos empreendimentos; formação para os setores; infraestrutura que garanta a criação/produção, circulação/distribuição e consumo/fruição de bens e serviços criativos; marcos legais tributários, trabalhistas, civis, administrativos e constitucionais que desobstruam e potencializem as dinâmicas econômicas desses setores; institucionalização da temática no campo público e privado, que permita o seu reconhecimento como alternativa de desenvolvimento sustentável.

Por outro lado, a economia criativa é uma economia que reúne cultura e ciência & tecnologia, com destaque, sobretudo para a tecnologia da informação e da comunicação (TIC), que vem se tornando o grande veículo de divulgação e difusão da produção cultural/criativa no mundo. Ela desempenha também papel essencial na produção e na “sintonia social” entre os indivíduos, redes e coletivos, por trazer a

---

<sup>1</sup> Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento – UNCTAD (2013).

informação, possibilitar a cooperação, criar um ambiente amplo e diversificado, ao mesmo tempo local e global, para a produção, circulação e consumo de produtos criativos. Essas tecnologias estão presentes, ora sob a forma de veículo, ora como instrumento, em todas as fases da cadeia de produção simbólica humana, que vai da criatividade (em seu estado puro) à inovação (a criatividade e a cultura transformadas em tecnologias sociais, bens e serviços, conhecimento etc).

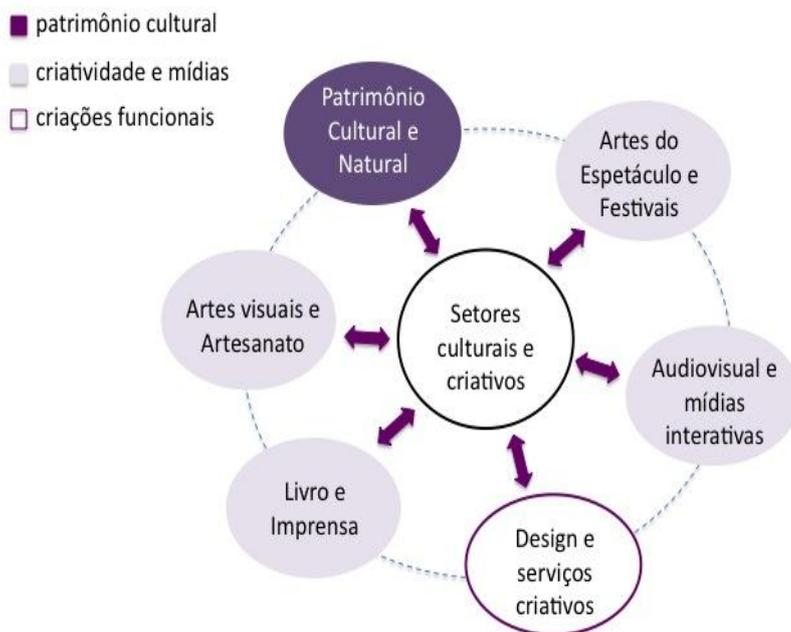
Se a exportação de *commodities* vem perdendo gradativamente sua importância frente à exportação de bens e serviços de alto valor agregado, estudos e pesquisas demonstram a evolução da performance dos setores criativos, mesmo em momentos de crise dos setores tradicionais. Esses estudos vêm anunciando a transformação do trabalho e a ampliação do setor de serviços e, por isso, demandam a constituição de fundos específicos para o financiamento dos setores criativos.

Em 2008, a Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD) lança o primeiro **Relatório Mundial sobre a Economia Criativa**, em um esforço de compilar informações e dados sobre a economia dos bens e serviços simbólicos dentro de um quadro mundial. Em 2010, a UNCTAD, no seu segundo Relatório, buscou ampliar seu escopo de pesquisa, abrangendo não somente o campo das indústrias, mas também o das “artesânias” criativas. Com a terceira edição do Relatório, em 2013, o conceito de economia criativa se ampliará ainda mais:

- É um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico;
- Representa um conjunto de atividades econômicas baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral;
- Funde as fronteiras entre a economia da cultura e a do conhecimento, reunindo nos seus produtos e serviços, arte, cultura, ciência e tecnologia, insumos responsáveis pela agregação de valor e pela ampliação crescente de mercados consumidores no planeta;
- É uma economia e por isso pressupõe a presença do Estado na formulação de políticas públicas capazes de fomentar, regular e estruturar o campo criativo brasileiro;
- Pressupõe novos pilares de competitividade, assentados em valores e ideias que se transformam em marcas, patentes, softwares, designs, conteúdos, imagens e narrativas;
- Estimula a geração de renda, a criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo em que promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano;
- Abrange aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo;
- Constitui uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares.

A seguir, na Figura 1, pode-se observar a classificação dos setores culturais e criativos feita pela UNESCO a partir de três categorias.

**Figura 1: Classificação (framework) dos Setores Culturais e Criativos**



Fonte: UNESCO (2012)

- **Patrimônio Cultural:** correspondente ao patrimônio cultural – material, imaterial e natural, incluindo produtos e serviços de museus, sítios arqueológicos e históricos, expressões da cultura popular e paisagens culturais.
- **Criatividade e Mídias:** Artes de espetáculo e festivais (teatro, dança, música, ópera etc); Audiovisual e mídias interativa (cinema e vídeo, rádio e televisão, animação e jogos digitais, conteúdos); artes visuais e artesanato (pintura, intervenções e instalações artísticas, arte digital, videoarte, escultura, fotografia, artesanato), e Livro e imprensa (livros, jornais e periódicos, quadrinhos, bibliotecas físicas e digitais e feiras do livro).
- **Criações Funcionais:** design e serviços criativos (design de moda, design gráfico, design de interiores, design de produto, paisagismo, arquitetura e publicidade).

## 1.2. No Brasil

A economia criativa ganhou institucionalidade no Brasil tardiamente, em 01/06/2012, a partir da criação de uma nova Secretaria no Ministério da Cultura. Segundo o Plano da Secretaria da Economia Criativa (2011-2014) a economia criativa é “a economia resultante das dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de criação, produção, distribuição/circulação/difusão e consumo/ fruição de bens e serviços oriundos dos setores criativos, caracterizados pela prevalência de sua dimensão simbólica” (Ministério da Cultura do Brasil, 2011).

A Secretaria da Economia Criativa foi desativada em 2015, o que revela, ainda nos dias de hoje, a incompreensão dos governos relativa ao papel estratégico dos setores criativos na agenda de desenvolvimento do novo século. Apostando em um modelo “desenvolvimentista”, pautado na indústria tradicional, o Brasil ainda propõe uma

agenda econômica desprovida de complexidade, o que o faz ser reconhecido na paisagem internacional como exportador de *commodities* e não de bens e serviços de alto valor agregado.

Como se pode observar, o modelo de crescimento brasileiro, baseado na absorção de mão de obra e no incentivo ao consumo doméstico demonstra exaustão, pois os dados macroeconômicos indicam uma tendência de queda da industrialização tradicional e do valor das matérias primas no mercado internacional, ao mesmo tempo em que se observa o aumento da *performance* e do emprego nos setores de serviços. Em um mundo globalizado, as agendas econômicas dos países desenvolvidos vêm apostando em criatividade e inovação, seja nos processos, seja nos produtos. Lamentavelmente, o Brasil ainda não despertou para o papel estratégico da economia criativa nem, tampouco, para o seu potencial papel de liderança dessa nova economia no mundo:

- O Brasil é a 6ª economia do mundo e ocupa 35ª posição no ranking dos países exportadores de bens criativos;
- A economia criativa é objeto de políticas públicas escassas e insatisfatórias no Brasil, apesar do seu desenvolvimento científico e tecnológico e da sua grande diversidade cultural, podendo se tornar uma liderança mundial nesse campo;
- O Brasil necessita traduzir em seus produtos e serviços a riqueza da sua diversidade cultural;
- A expansão do poder de consumo da nova classe média brasileira (só na classe C são 103 milhões de consumidores) representa um mercado real e potencial para produtos e serviços da economia criativa: mobiliários e artefatos dotados de design, moda, turismo cultural e de experiência, TV por assinatura e internet, educação e conteúdos culturais criativos;
- A economia criativa é por natureza transversal e, por isso, a formulação de uma política pública para a área requer governança integrada de pastas diversas sobre o mesmo território, de modo a facilitar o diálogo intersetorial, a promoção de sinergias, a pactuação de objetivos e metas e a potencialização de resultados;
- Um país inovador é, necessariamente, um país que formula e implanta políticas públicas para a criatividade, considerando-a a base de construção de um ambiente propício à inovação.

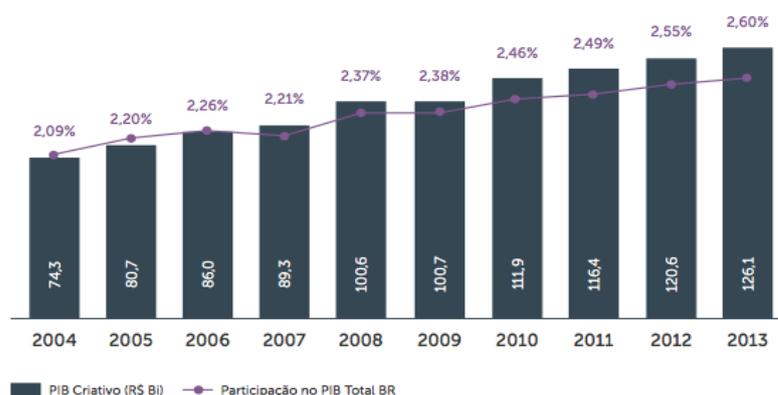
A despeito da ausência de políticas públicas para a economia criativa brasileira, um grande contingente de jovens, que hoje está na periferia das grandes cidades e no interior do Brasil, vem trabalhando, informal e precariamente, no campo da economia criativa. Cotidianamente a criatividade popular se manifesta, sobretudo a partir da (re)invenção de tecnologias sociais, muitas vezes (e talvez por isso) produzidas em ambiente de precariedade e carência social. A combinação da criatividade natural da população brasileira com políticas públicas adequadas ao seu cultivo, o incremento da qualidade, a acessibilidade a equipamentos educacionais e culturais, o acesso a veículos de expressão, difusão e circulação, as novas práticas de financiamento e de educação para o novo trabalho poderiam prover os meios para a viabilização econômica dos bens e serviços criativos e a consequente realização social de parcela considerável da população do país, sobretudo da população jovem.

Seguramente, o Brasil tem, diante de si, a gigantesca tarefa de aprimorar a educação pública, mormente a educação básica de sua população. Essa missão é inadiável e imprescindível. Porém, bem sabemos que séculos de histórico descaso com a educação não podem ser sanados em curto prazo. Há um tempo inevitável, a ser medido em décadas, para a satisfatória realização dessa tarefa. A economia criativa, em função de sua estrutura em redes e sistemas produtivos, oportuniza um “atalho” capaz de ganhar precioso tempo, a despeito da deficiência educacional. Não que a educação se dispense, pois isso é impossível. Trata-se de oferecer itinerários formativos mais curtos, visando à profissionalização dos elos dos setores criativos, especialmente em territórios onde há grandes desigualdades sociais.

A dimensão territorial, a potencialidade de seus mercados regionais, a liderança entre os países do hemisfério Sul, oferecem ao Brasil as condições necessárias para que formule, através de um Plano Nacional de Economia Criativa, as necessárias políticas públicas para um novo modelo de desenvolvimento, especialmente para micro e pequenos empreendedores, artistas, técnicos, produtores e demais profissionais do campo da cultura e da criatividade. Um desenvolvimento desta feita fundamentado na inclusão produtiva, na sustentabilidade, na diversidade cultural e na inovação. Lamentavelmente, o Governo Federal ainda não assumiu sua tarefa de formulação, implementação e monitoramento de políticas públicas para a economia criativa brasileira, no entanto, institutos de pesquisa, organizações de classe, universidades e outras agências de desenvolvimento vêm, aos poucos, produzindo informações sobre os setores criativos brasileiros.

Traduzindo a economia criativa em números, a Federação das Indústrias do Rio de Janeiro (FIRJAN) realizou em 2014 um mapeamento das indústrias criativas no Brasil. Esse estudo mostrou que a participação do PIB dos setores criativos no PIB total, nesta década, teve um crescimento gradativo, atingindo a participação de 2,6% no ano de 2013:

**Gráfico 1: PIB Criativo Estimado e Sua Participação no PIB Total Brasileiro – 2004 a 2013**



Fonte: FIRJAN (2014)

Contudo, a participação do Produto Interno Bruto (PIB) da economia criativa brasileira, levantada no estudo da FIRJAN (2014) foi calculada a partir de dados relativos aos

setores criativos formais. Não é descabida a hipótese de que o percentual de participação do PIB dos setores criativos é muito mais significativo, caso fossem considerados dados obtidos a partir da economia informal dos setores produtivos. De qualquer modo, os dados da formalidade já demonstram o potencial de crescimento dos setores criativos brasileiros.

A FIRJAN afirma, ainda, que os setores criativos contribuem com R\$ 26,1 bilhões de produção (2014), constituindo 3,5% da cesta de exportação brasileira (OEA, 2013), agregando 11,4% de valor econômico adicionado ao geral total da economia brasileira (IBGE, 2013) e mobilizando um mercado interno de aproximadamente US\$ 10,6 bilhões (FGV Projetos, 2015). Os segmentos culturais representam, enfim, 7,8% da malha empresarial brasileira, com alta densidade de micro empreendimentos, e 4,2% do total de ocupações (IBGE, 2013).

Diante de uma conjuntura de escassez, de crise de legitimidade da política, de descrédito nos papéis do Estado, de desconfiança nos agentes econômicos, de desemprego, de incremento da concentração de renda e, por conseguinte, da violência nas cidades, a economia centrada na criatividade, na cultura e no empreendedorismo se apresenta como uma nova alternativa de desenvolvimento.