



Curso de formação de
**Gestores Públicos e
Agentes Culturais**
Edição 2015



cultura, diversidade e desenvolvimento

disciplina **12**

Economia Criativa, do
modismo à estratégia de
desenvolvimento

Elaboração e texto *Luciana Lima Guilherme*

Luciana Lima Guilherme

Economia Criativa, do modismo à estratégia de desenvolvimento

Objetivos

Ao final da disciplina, você deverá ser capaz de:

- *Identificar e descrever conceitos e tendências acerca da economia criativa no mundo, considerando as diferenças entre aspectos políticos, sociais, culturais e econômicos de países que implementam políticas públicas de economia criativa para o desenvolvimento.*
- *Caracterizar diferentes classificações dos setores culturais e criativos e descrever aspectos relativos às suas dinâmicas de criação, produção e distribuição.*
- *Descrever o histórico da formulação e implementação de políticas públicas de economia criativa no Brasil, a partir de iniciativas e experiências no âmbito federal, estadual e municipal e na perspectiva da proposição de um novo modelo de desenvolvimento.*

Glossário

Economia criativa: contempla as dinâmicas culturais, sociais e econômicas construídas a partir do ciclo de criação, produção, distribuição, circulação, difusão, consumo e fruição de bens e serviços oriundos dos setores criativos, cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central da formação do preço, que resulta em produção de riqueza cultural e econômica.

Empreendedorismo: é a criação de valor por pessoas e/ou organizações, para implementar uma ideia por meio da aplicação de criatividade, capacidade de transformar e realizar empreendimentos assumindo riscos.

Empreendimentos criativos: as atividades produtivas de base cultural com fins econômicos (comerciais e solidários).

Empreendedores criativos: artistas, produtores culturais, gestores culturais, profissionais autônomos, empregados de empresas privadas e colaboradores de entidades sociais, membros de entidades de classe, distribuidores de produtos e prestadores de serviços dos diversos setores que constituem a economia criativa ou pretendam atuar nos setores criativos.

Modelo de gestão: modo pelo qual o empreendimento/negócio se organiza a partir da sua estrutura de cargos, das funções desempenhadas, das relações de trabalho estabelecidas entre os profissionais envolvidos, do suporte tecnológico utilizado nas atividades cotidianas, nos processos de trabalho estabelecidos, entre outros aspectos.

Formação para competências criativas: constituição de conhecimentos e habilidades que vai além da construção e difusão de conteúdos de natureza técnica. Envolve um olhar múltiplo e transdisciplinar que integra criatividade e técnica, atitudes e posturas empreendedoras e habilidades de comunicação, compreensão de dinâmicas socioculturais e de mercado, análise política e capacidade de articulação.

Inovação: a introdução de novidades ou aperfeiçoamento no ambiente produtivo ou social que resulte novos processos, modelos, bens ou serviços. A inovação exige conhecimento, a identificação e o reconhecimento de oportunidades, a escolha pelas melhores opções, a capacidade de empreender e assumir riscos, olhar crítico, um pensamento estratégico que permitam a solução de problemas ou demanda.

Prática colaborativa: cooperação entre agentes públicos e/ou privados em torno de objetivos e/ou objetos comuns, que estabelecem dinâmicas que supõem o trabalho participativo e colaborativo, caracterizando-se como formas de organização para as relações produtivas

e sociais. Para fins deste edital, consideram-se as práticas colaborativas entre os agentes de cadeias produtivas, sejam eles fornecedores, distribuidores ou consumidores, que trabalham, colaboram ou promovem os projetos, produtos ou serviços dos setores criativos, otimizando a utilização dos insumos, recursos e processos para a redução dos riscos e desperdícios dos elos da cadeia colaborativa.

Setores culturais e criativos: todos aqueles cujas atividades produtivas têm como processo principal um ato criativo gerador de valor simbólico, elemento central na formação de preço, resultando em produção de riqueza cultural e econômica.

Tecnologia social: aplicação de método, processo ou técnica desenvolvida no meio comunitário ou acadêmico, criada para solucionar algum tipo de problema ou demanda social, por meio de saberes populares e/ou conhecimentos científicos, podendo ser replicada para a melhoria da qualidade de vida de outros contextos sociais.

Economia Criativa, do modismo à estratégia de desenvolvimento

Economia criativa: histórico, conceitos e perspectivas

O conceito tradicional de economia tem como foco o estudo das atividades produtivas a partir da análise de arranjos e combinações de fatores de produção (terra, capital, trabalho e tecnologia), através do uso eficiente de recursos escassos. Neste escopo, organizações, famílias e sociedades são contempladas em dinâmicas de troca associadas à produção, à distribuição e ao consumo de bens e serviços (SANDRONI, 1999).

Num sentido mais amplo, a economia é estudada e desenvolvida a partir de correntes de pensamento e ideologias que a definem como processo de manutenção ou de transformação das relações produtivas estabelecidas entre pessoas, organizações, governos e diferentes países. Desta forma, valores e visões de mundo funcionam como norteadores dos processos econômicos, geradores de ambientes com maior ou menor concentração de capital, com possibilidades mais amplas ou mais restritas de desenvolvimento, com relações de trabalho mais ou menos democráticas, entre outros.

Com o passar do tempo, em virtude da emergência de problemáticas urgentes enfrentadas pelas sociedades, a economia foi sendo estudada e pensada de modo associado a temáticas específicas. Assim, surgiram a Economia Verde, a Economia Agrícola, a Economia Industrial, a Economia Solidária, a Economia da Cultura e, mais recentemente, a Economia Criativa, só para citar alguns exemplos. A criação de atributos/temáticas para a Economia vem destacar aspectos considerados importantes e especificidades próprias que exigem um olhar mais atento e aprofundado.

No campo dos estudos culturais, a dedicação dos economistas na primeira metade do século XX foi bastante tímida, restringindo-se aos limites da chamada “alta cultura” (as belas artes, a literatura, a música e as artes cênicas) com foco em questões relacionadas ao mecenato público ou privado, além da dedicação à análise e ao tratamento de questões relacionadas à formação de preços. A grande contribuição nesta seara das relações entre economia e cultura veio de estudos sociológicos. A crítica de Adorno e Horkheimer ao modo de produção cultural baseado

na lógica capitalista deu origem ao conceito de indústria cultural, redutor do produto artístico a um produto de mercado de massa, destinado à troca e ao consumo (MIGUEZ, 2007) com finalidades econômicas.

A partir da última década do século XX, o conceito de economia criativa surge e vai gradativamente ganhando força a partir do entendimento da criatividade como motor de processos de desenvolvimento, baseados na síntese entre economia, cultura, tecnologia e ciência (UNCTAD, 2010). Para muitos, em termos de escopo setorial, a economia criativa corresponde a uma ampliação do conceito de economia da cultura, pois engloba, além dos setores culturais tradicionais (música, dança, circo, artes visuais etc.), setores relacionados às tecnologias da informação e da comunicação (jogos digitais, animação, desenvolvimento de softwares e aplicativos etc.) e setores de base cultural relacionados à indústria tradicional (moda, design, arquitetura e publicidade). Isto posto, numa sociedade pós-industrial, a economia criativa surge como dinâmica e processo geradores de bens e serviços de alto valor agregado, em que a dimensão simbólico-cultural se destaca como fator de diferenciação e de valorização da diversidade cultural.

Quando analisamos o histórico e a evolução dos conceitos associados à temática da economia criativa no mundo, constatamos o quanto essa economia cada vez mais tem sido compreendida como uma alternativa viável para o desenvolvimento de países emergentes e desenvolvidos, em função de políticas públicas que têm sido formuladas e implementadas a partir de princípios associados à diversidade cultural, à sustentabilidade, à inovação e à inclusão.

A economia criativa, ao contrário da economia tradicional, é percebida como uma economia baseada na abundância, pois a criatividade e o conhecimento humano são infinitos. Neste campo não há escassez de recursos. A economia criativa está diretamente associada à diversidade das expressões culturais, seu maior valor. A economia criativa é colaborativa, pois apresenta uma série de arranjos entre pessoas, instituições e governos. A economia criativa é cada vez mais potente na medida em que reconcilia estratégias nacionais com processos internacionais globais.

Como política pública de estado, a temática nasce na Austrália com o conceito *Creative Nation* (Nação Criativa) presente na declaração do primeiro-ministro da Austrália, Paul Keating, em 1994. Antes de sua eleição, Keating já havia demonstrado interesse em apoiar e fomentar

a criatividade e a cultura nacional, como forma de combater os problemas que surgiam na Austrália, relativos à perda da identidade cultural do país no início dos anos 1990.

Além de o país estar sofrendo com perdas de cineastas, músicos, artistas, atores, entre outros profissionais criativos, para ambientes mais receptivos e favoráveis ao desenvolvimento cultural, como Nova Iorque e Londres, a cultura australiana vinha passando por um forte processo de aculturação, perdendo, gradativamente, o reconhecimento de elementos das culturas tradicionais definidoras de suas identidades. A perda do sentimento de pertença ao país e o desinteresse por traços típicos das culturas regionais e locais foram atingindo uma maioria da população. O mundo exterior passou a ser a grande referência cultural da sua população. Estas questões, levaram Keating (primeiro-ministro entre 1991 a 1996) a perceber o quanto, no longo prazo, essa situação seria prejudicial ao país, afetando a sua situação política e econômica, impactando negativamente o seu desenvolvimento e crescimento. Desta forma, o conceito de *Creative Nation* tornou-se a base de uma política voltada para a requalificação do papel do Estado no desenvolvimento cultural do país.

Dentro dessa política está inserida a responsabilidade do governo australiano para manter e desenvolver a cultura australiana em nível nacional, com atenção aos seguintes pontos: (i) a inovação e as ideias são encorajadas perpetuamente; (ii) a autoexpressão e a criatividade são incentivadas; (iii) o patrimônio é preservado assim como seu desenvolvimento, e (iv) todos os australianos têm a oportunidade de participar e receber – que revigora a vida nacional e retornam seu produto para o povo.

O governo buscou então promover a cultura e a arte australianas, preservar sua história e patrimônios culturais e incentivar a criação e a expressão cultural de seu povo, reforçando sua dimensão econômica como estratégia de desenvolvimento. Como disse Keating,

esta política cultural é 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. 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 (AUSTRÁLIA, 1994).

Desde então, o papel da política *Creative Nation* se expandiu de forma dramática. Em 1994-95, por meio do Departamento de Comunicações e Artes, as despesas diretas para essa nova economia foram estimadas em mais de um bilhão de dólares. Financiamento adicional para o desenvolvimento cultural da Austrália foi fornecido por meio de outras pastas, incluindo Relações Exteriores, Comércio, Educação, Emprego; Meio Ambiente, Esporte e Territórios; além claro do Gabinete do primeiro-ministro.

Os objetivos pretendidos com essa política no desenvolvimento cultural recaíam em cinco categorias principais:

- nutrir a criatividade e a excelência;
- permitir que todos os australianos desfrutem do maior número possível de experiência cultural;
- preservar o patrimônio da Austrália;
- promover a expressão da identidade cultural da Austrália, incluindo a sua grande diversidade, e
- promover o desenvolvimento sustentável e indústrias criativas, incluindo os que evoluem com o surgimento de novas tecnologias.

O conceito *Creative Nation* obteve repercussão entre os meios acadêmicos e econômicos do mundo e acabou alcançando o Reino Unido que, por meio do manifesto pré-eleitoral de 1997 do programa de renovação do Partido Trabalhista inglês (New Labour), identificou as *indústrias criativas* como um campo particular da economia a ser reconhecido e fomentado com políticas públicas específicas que potencializassem o seu expressivo ritmo de crescimento.

Mais recentemente, na gestão do primeiro-ministro Gordon Brown, no período entre 2007 e 2010, foi criada a Secretaria de Indústrias Criativas e Turismo no âmbito do Ministério da Cultura, Mídia e Desporto. O Programa de Economia Criativa desta Secretaria se baseou essencialmente nos seguintes eixos: pôr em evidência os setores criativos com maiores taxas de crescimento e diferenciações mais claras entre objetivos econômicos e culturais; criar “Centros de Excelência” em criatividade e inovação em todas as regiões do Reino Unido; e analisar o marco legal da propriedade intelectual e seu impacto nos interesses divergentes da iniciativa privada e da sociedade nas questões relacionadas à proteção e ao acesso. De um lado, observa-se um gerenciamento crescente dos direitos digitais e das medidas de proteção técnica da propriedade intelectual contra formas mais fáceis de acesso e utilização de conteúdo digital. De outro lado, há o interesse público em promover maior e melhor acesso a este conteúdo digital.

John Howkins (2001), 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, que publicou o livro *Creative Industries*, uma 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.

Em 2010, a Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento – Unctad busca ampliar seu escopo de pesquisa, das indústrias para as economias criativas. Com a segunda e a terceira edição do Relatório Economia Criativa (UNCTAD, 2010, p. 10), o conceito, ainda em construção, se amplia trazendo as seguintes afirmações :

- A economia criativa é um conceito em evolução baseado em ativos criativos que potencialmente geram crescimento e desenvolvimento econômico;
- Ela pode estimular a geração de renda, a criação de empregos e a exportação de ganhos, ao mesmo tempo que promove inclusão social, diversidade cultural e desenvolvimento humano;

- Ela abraça aspectos econômicos, culturais e sociais que interagem com objetivos de tecnologia, propriedade intelectual e turismo;
- É um conjunto de atividades econômicas baseado no conhecimento, caracterizado pela dimensão do desenvolvimento e de interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral;
- É uma opção de desenvolvimento viável que demanda respostas de políticas inovadoras e multidisciplinares, além de ação interministerial.

Como vemos, 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 à 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 da 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.

Dados econômicos da economia criativa no mundo e no Brasil

As discussões sobre as dinâmicas econômicas dos setores culturais e criativos não tardaram em chegar à Conferência das Nações Unidas sobre Comércio e Desenvolvimento (Unctad), como visto anteriormente. O primeiro Relatório Mundial sobre a Economia Criativa (*Creative Economy Report 2008*) correspondeu a um primeiro grande esforço não só de aprofundar o conceito, mas de compilar informações e dados sobre a economia gerada a partir dos bens e serviços criativos dentro de uma perspectiva mundial.

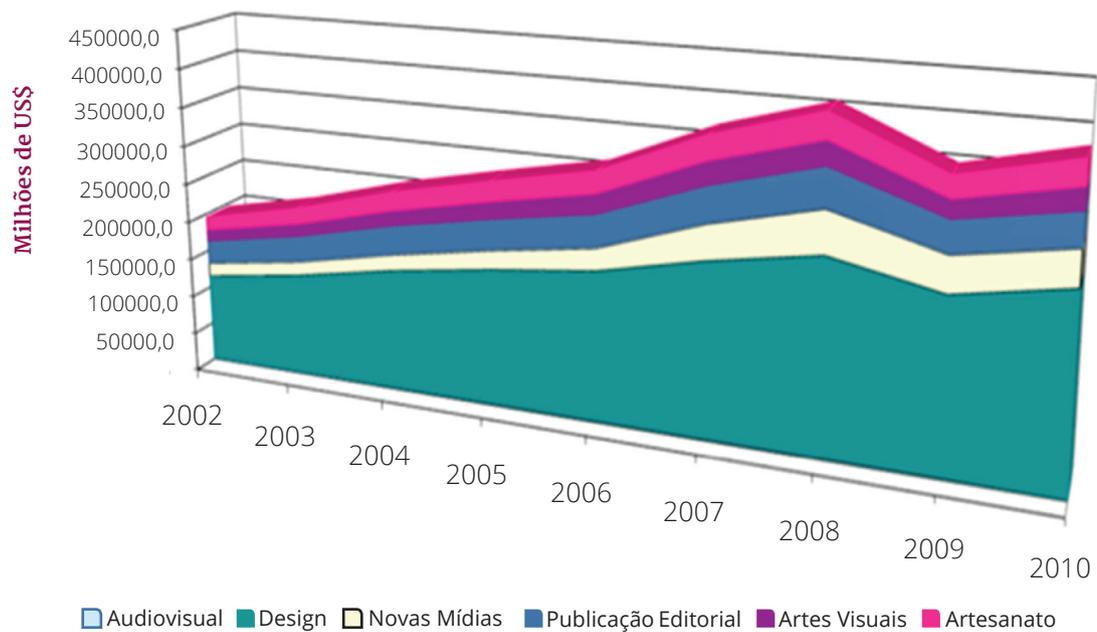
Este Relatório, assim como os subsequentes, é considerado um marco no reconhecimento da relevância estratégica da economia criativa como vetor de desenvolvimento, demonstrando, especialmente, a força das indústrias criativas, com uma média de 10% de crescimento anual (UNCTAD, 2008). O comércio mundial de bens e serviços criativos atingiu um nível recorde em 2011 de US\$ 624 bilhões (UNCTAD, 2013). Contudo, é relevante destacar a fragilidade dos resultados aferidos, frutos da compilação de dados produzidos por diversos países, sem a presença de uma cesta de indicadores e de um tratamento estatístico comum. Enquanto alguns países trabalham com metodologias avançadas para a mensuração do impacto da cultura na sua economia, outros possuem pouca ou quase nenhuma informação. O que se vê, com frequência, são metodologias quantitativas que, de modo geral, capturam ou mensuram prioritariamente a produção de riqueza das indústrias, ignorando a participação dos micro e pequenos empreendedores, assim como a informalidade em que estão mergulhados milhões de profissionais, em todo o planeta, que trabalham nesses segmentos.

Em um mundo onde a exportação de *commodities* perde gradativamente sua importância frente à exportação de bens e serviços de alto valor agregado, estudos e pesquisas constataam a evolução da *performance* dos setores criativos mesmo em momentos de crise. Esses estudos anunciam a transformação do trabalho, a ampliação do setor de serviços e a necessidade da constituição de fundos específicos para o financiamento dos setores da economia criativa:

- Nos EUA, o desemprego cresceu em todas as categorias, mas os trabalhadores dos setores criativos foram os que menos perderam emprego e renda nos anos anteriores e posteriores à crise econômica de 2008. Nos setores que empregam mão de obra braçal e não especializada, o desemprego subiu de 5% para 9,3%, o dobro da classe criativa (*Cambridge Journal of Regions, Economy and Society*, 2012).
- Segundo estudo recente de pesquisadores da Universidade de Valência, um aumento de 1% na proporção de postos de trabalho nos serviços criativos incrementa entre 1.000 e 1.600 euros o PIB per capita (*La cultura como factor de innovación económica y social*, 2012).
- O Programa “Europa Criativa” investirá €1,8 bilhão (2014-2020) para ampliar a competitividade dos empreendimentos criativos europeus e reforçar suas ligações com os segmentos industriais tradicionais (Comissão Europeia, 2012 in LEITÃO, 2013).

Analisando a evolução das exportações mundiais de bens criativos no período entre 2002 e 2010, percebe-se um crescimento sustentável destas, com uma pequena queda causada pela crise financeira mundial de 2009.

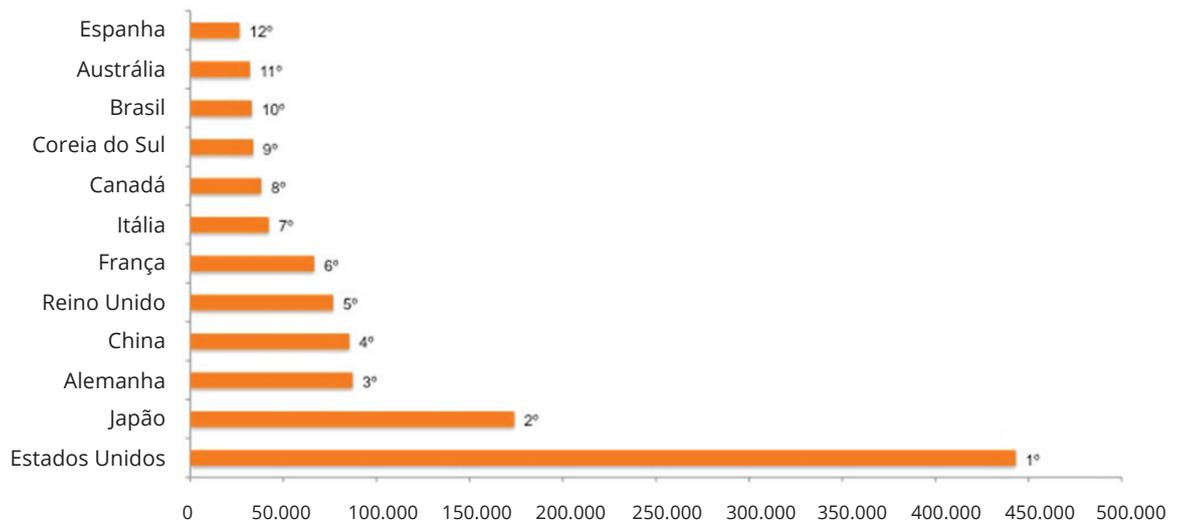
Gráfico 1: Exportações mundiais de bens criativos – 2002 a 2010



Fonte: Unctad (2010).

Dentre os maiores mercados dos setores culturais e criativos, os de entretenimento e mídia têm se destacado. Nos Estados Unidos, são considerados estratégicos e têm recebido elevados investimentos no decorrer das últimas décadas.

Gráfico 2: Ranking dos maiores mercados de entretenimento e mídia – 2010



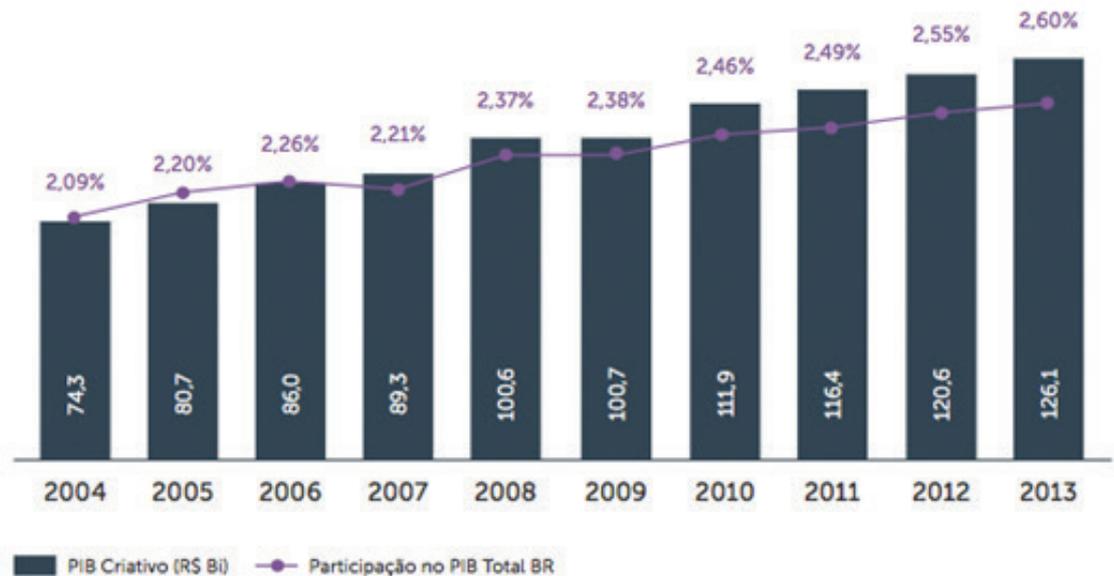
Fonte: Unctad (2010).

No Brasil, ainda é incipiente a produção de dados relativos à economia criativa. A Federação das Indústrias do Estado do Rio de Janeiro – Firjan, em 2008, realizou um estudo pioneiro denominado “A Cadeia da Indústria Criativa no Brasil”¹ num primeiro exercício de projeção de dados econômicos, realizado a partir de dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística – IBGE e de dados extraídos da Relação Anual de Informações Sociais – RAIS (Ministério do Trabalho e Emprego). Em 2012, foi publicado um suplemento de atualização dessa pesquisa tomando como base dados de 2011.

Em 2014, a Firjan lançou um novo estudo, o Mapeamento das Indústrias Criativas no Brasil, no qual apresenta informações e dados que demonstram a evolução do campo criativo no Brasil no período de 2004 a 2013. A participação do PIB dos setores criativos no PIB total brasileiro, nesta década, teve um crescimento gradativo atingindo a participação de 2,6% no ano de 2013, conforme pode ser observado no gráfico a seguir.

¹ <http://www.firjan.org.br/economicriativa/pages/default.aspx>

Gráfico 3: PIB Criativo Estimado e sua participação no PIB Total Brasileiro – 2004 a 2013

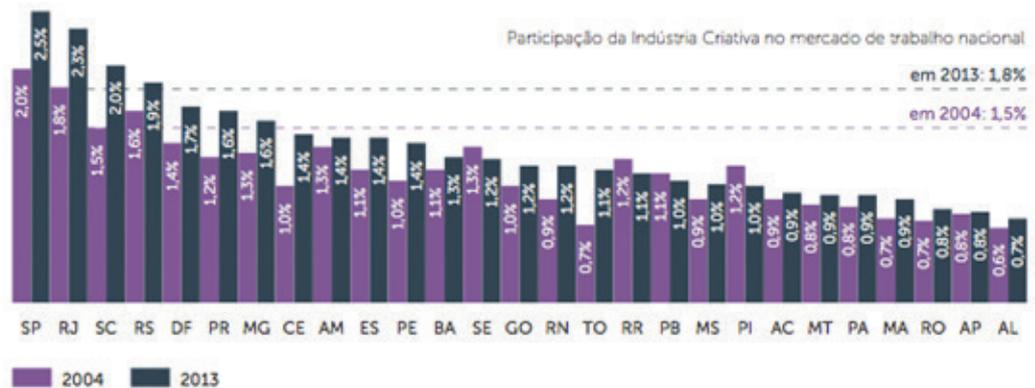


Fonte: Firjan (2014).

Considerando-se que o estudo Firjan se baseia em dados da economia criativa formal, acredita-se que o percentual de participação do PIB criativo seja ainda maior, caso considerem-se os dados obtidos da economia informal dos setores produtivos. De qualquer modo, os dados da formalidade são significativos e já demonstram a força de uma economia que só tem crescido.

O Mapeamento das Indústrias Criativas no Brasil (FIRJAN, 2014) apresenta informações relevantes, que merecem destaque, relativas à participação dos empregados criativos no total de empregados por estado do país e a remuneração média mensal dos profissionais. De acordo com o Gráfico 4, a seguir, os dois estados com maior percentual de participação, como era de se esperar, são Rio de Janeiro e São Paulo.

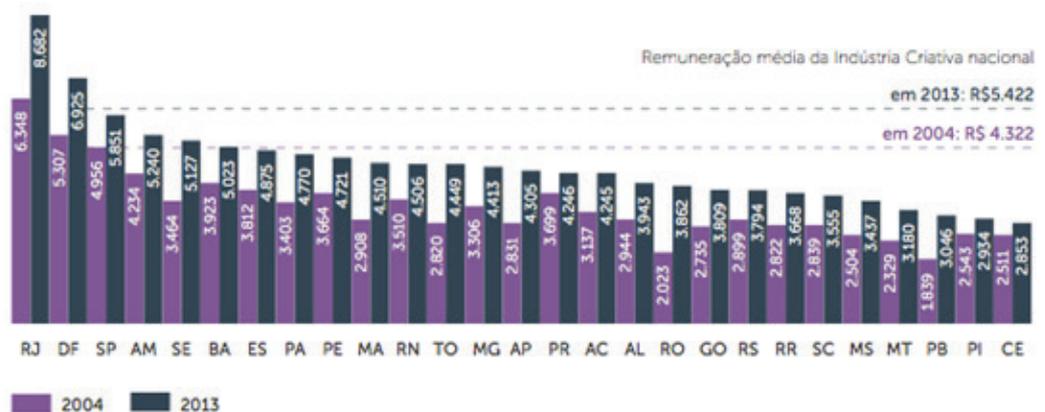
Gráfico 4: Participação dos empregados criativos no total de empregados do estado – 2004 e 2013



Fonte: Firjan (2014).

Com relação à remuneração média mensal dos profissionais dos setores culturais e criativos brasileiros, o Gráfico 5 demonstra que houve um aumento significativo em praticamente todos os estados entre os anos de 2004 e 2013.

Gráfico 5: Remuneração média mensal dos profissionais criativos por estado – 2004 e 2013

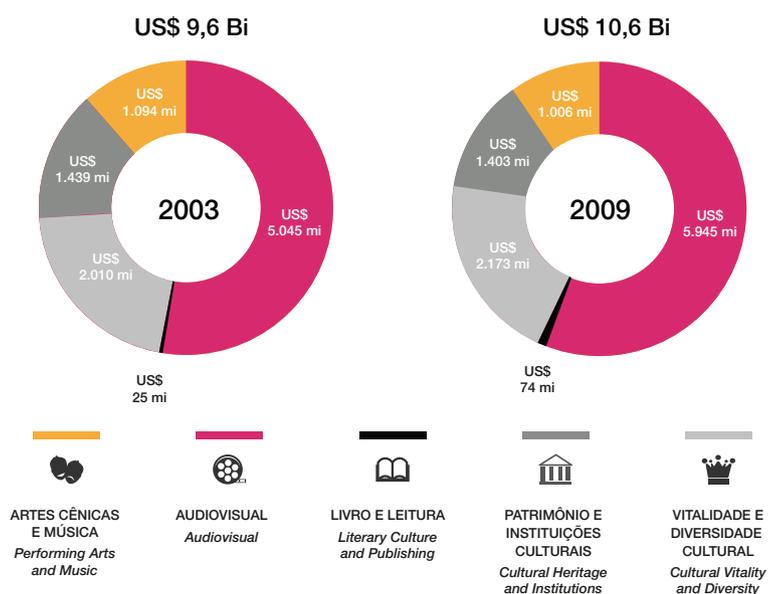


Fonte: Firjan (2014).

Outro ponto importante para a compreensão da evolução da economia dos setores culturais e criativos no Brasil é a evolução do consumo cultural. A FGV Projetos (2015) realizou um estudo sobre a cultura na economia brasileira e verificou um aumento de US\$ 1 bilhão no consumo cultural brasileiro, entre 2003 e 2009. Considerando-se que este estudo, assim como o realizado

pela Firjan, se baseia em dados da formalidade, fica claro que o consumo cultural gerado pela economia informal dos setores criativos, somado aos dados da formalidade, tem um impacto muito maior na economia criativa brasileira.

Gráfico 6: Consumo de áreas de cultura – comparativo entre 2003 e 2009



Fonte: FGV Projetos (2015).

Enfim, é clara a força e o potencial da economia criativa brasileira que tem se fortalecido gradualmente. A questão principal está no fato de essa economia ainda ser invisível em função do elevado grau de informalidade e quase ausência de políticas públicas voltadas para o seu fortalecimento, seja no âmbito federal, estadual ou municipal.

Setores culturais e criativos: classificações e redes de criação, produção e distribuição

O campo criativo é bastante amplo e contempla setores culturais e criativos bastante diversos. Diante disso, organismos internacionais, como a Unctad e a Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura (Unesco), propuseram sistemas de classificação (*frameworks*) que apresentam e organizam esses setores a partir de categorias, no sentido de criar uma base comum para o desenvolvimento de análises comparativas entre os diversos países.

A seguir, a proposta de classificação sugerida pela Unctad:

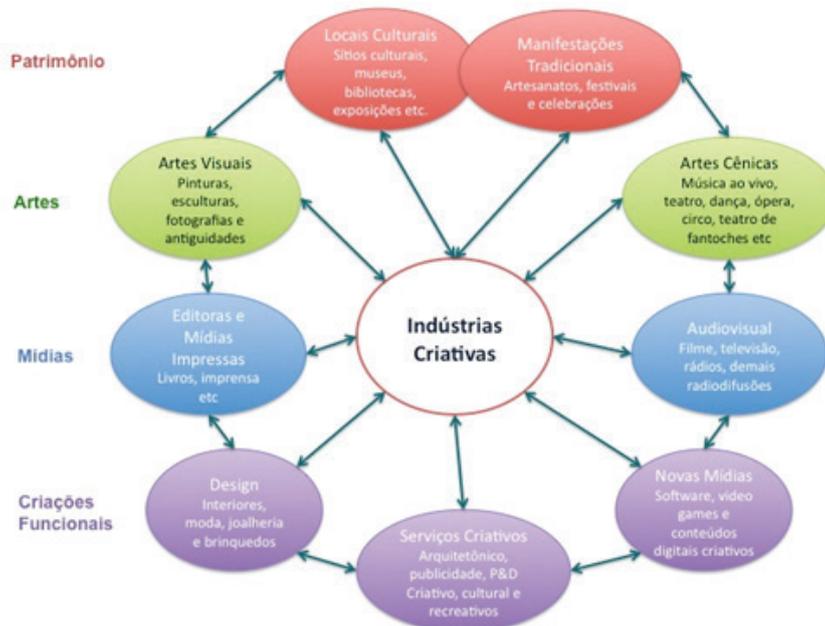


Figura 1: Classificação da Unctad para as indústrias criativas.

Fonte: Unctad (2010, p. 8).

A Unesco avança no desenho da proposta de um *framework*, sugerindo uma estrutura mais compacta, ainda que mantendo uma convergência com a classificação setorial da Unctad. Vide a seguir a proposta da Unesco:



Figura 2: Classificação da Unesco para os setores culturais e criativos.

Fonte: Unesco (2012).

- **Patrimônio Cultural:** correspondente ao patrimônio cultural e natural, incluindo produtos e serviços de museus, sítios arqueológicos e históricos e paisagens culturais.
- **Criatividade e Mídias:** artes de espetáculo e festivais (teatro, dança, música, ópera etc.); audiovisual e mídias interativas (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 (moda, design gráfico, de interiores, de produto, paisagismo, arquitetura, publicidade).

A diferença principal entre os *frameworks* propostos por esses dois organismos está no fato de que a Unesco sintetiza a categoria Artes e a categoria Mídias, estabelecidas pela Unctad, na categoria Criatividade e Mídias.

De qualquer modo, é importante compreender que as dinâmicas econômicas destes diversos setores seguem lógicas às vezes convergentes e às vezes bastante díspares, com sistemas e cadeias produtivas próprias. O campo cultural e criativo tem um espectro bastante amplo que vai do artesanato aos jogos digitais, das festas e celebrações ao design de moda. E, por isso, precisa ser estudado a partir da compreensão da complexidade e das diferenças entre os diversos setores. A economia criativa, ao contrário do que muitos pensam, não corresponde a um setor, mas a um conjunto de setores, cujos produtos (bens ou serviços) têm como elemento central, definidor do seu valor, a sua dimensão cultural e criativa.

Políticas públicas para o desenvolvimento de uma economia criativa brasileira

Apesar do potencial estratégico da cultura como vetor de desenvolvimento para o país, as políticas públicas de cultura no Brasil ainda têm muito a avançar nesse sentido. A partir de 2003, com a gestão do ministro Gilberto Gil, houve uma ampliação do escopo conceitual e de atuação do Ministério da Cultura, que envolveu de forma ampla a sociedade civil brasileira,

originando o Plano Nacional de Cultura (PNC)². Este documento define o conceito de cultura a partir das dimensões simbólica, cidadã e econômica.

A temática da economia criativa surge no Brasil a partir de 2004, com a realização da XI Conferência da Unctad em São Paulo, a partir de um painel dedicado exclusivamente à questão das indústrias criativas na perspectiva dos países em desenvolvimento. Todavia, a institucionalização de políticas públicas neste campo se concretizou de maneira gradual, atingindo o seu ápice com a institucionalização da Secretaria da Economia Criativa (SEC), no Ministério da Cultura, em 2012.

Nesse processo de institucionalização, a SEC travou um debate importante sobre a diferenciação entre “indústrias” e “economias” criativas. O conceito de economia criativa, formulado como ponto de partida para a elaboração de políticas públicas nacionais, não considerou como centrais as características essenciais das chamadas “indústrias criativas” anglo-saxãs, especialmente, no que concerne à propriedade intelectual. Desta forma, o conceito de economia criativa foi denominado como: “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” (BRASIL, 2011). Tratou-se então de problematizar o conceito das “indústrias criativas” para se avançar em uma nova conceituação e em novos princípios norteadores para o desenvolvimento de uma economia criativa com papel estratégico nos Planos de Governo dos países do Sul.

A seguir, os quatro princípios norteadores definidos para a formulação de políticas públicas de economia criativa no Brasil:

- **Diversidade cultural** – valorizar, proteger e promover a diversidade das expressões culturais nacionais como forma de garantir a sua originalidade, a sua força e o seu potencial de crescimento.
- **Inclusão social** – garantir a inclusão integral de segmentos da população em situação de vulnerabilidade social por meio da formação e qualificação profissional e da geração de oportunidades de trabalho, renda e empreendimentos criativos.

² Instituído pela Lei 12.243 de 02/12/2010.

- **Sustentabilidade** – promover o desenvolvimento do território e de seus habitantes garantindo a sustentabilidade ambiental, social, cultural e econômica.
- **Inovação** – fomentar práticas de inovação em todos os setores criativos, em especial naqueles cujos produtos são frutos da integração entre novas tecnologias e conteúdos culturais.

De modo complementar, com o objetivo de mitigar os principais problemas bloqueadores do desenvolvimento da economia criativa brasileira, a SEC identificou no seu planejamento estratégico cinco desafios a serem enfrentados:

Quadro 1: Problemas X Desafios da Economia Criativa no Brasil

PROBLEMAS	DESAFIOS
Ausência de informações, dados e de análises produzidos e sistematizados.	Levantar, sistematizar e monitorar as informações e dados sobre a Economia Criativa para a formulação de políticas públicas.
Modelos de negócios precários e inadequados frente aos desafios dos empreendimentos criativos; baixa disponibilidade e/ou inadequação de linhas de crédito para financiamento das atividades dos setores criativos.	Fomentar a sustentabilidade de empreendimentos criativos para fortalecer sua competitividade e a geração de emprego e renda.
Baixa oferta de formação em todos os níveis (técnico, profissionalizante e superior) para os setores criativos.	Formar gestores e profissionais para os setores criativos com vistas a qualificar os empreendimentos, bens e serviços.
Baixa institucionalidade da Economia Criativa nos Planos Municipais e Estaduais de Desenvolvimento, o que enfraquece a dinamização dos ciclos econômicos dos setores criativos.	Ampliar a institucionalização da Economia Criativa nos territórios visando ao desenvolvimento local e regional.
Ausência, insuficiência e desatualização de marcos legais e infralegais para o desenvolvimento dos setores criativos.	Criar e adequar marcos legais para o fortalecimento dos setores criativos.

Fonte: BRASIL, 2011.

Promover o desenvolvimento solidário, incluyente e sustentável por meio de iniciativas de economia criativa implica, portanto, qualificar o campo cultural brasileiro para o empreendedorismo e o exercício de ocupações típicas da cultura e das novas tecnologias, como são os casos da gastronomia, da moda, do design, da música, do circo, do cinema e

dos jogos eletrônicos; significa promover a organização desses microempreendimentos e trabalhadores em torno de redes e coletivos de cooperativas e associações autogeridas; requer a ampliação do acesso ao crédito orientado, de baixo custo e desburocratizado; e, finalmente, exige a institucionalização de uma estrutura jurídica favorável à disseminação do empreendedorismo e do trabalho criativo de forma equânime em todas as regiões do Brasil.

Verdadeiramente justa é a sociedade na qual cada cidadão tem oportunidades reais de desenvolver seus potenciais e onde encontra os meios de expressão de suas vocações, habilidades e talentos. No Brasil, com a institucionalização da Secretaria da Economia Criativa no Ministério da Cultura, em 2012, o governo federal iniciou uma tarefa de articular, intermediar, dar a compreender aos governos estaduais e municipais, assim como ao campo cultural e à população brasileira, essa estreita e mutuamente estimulante associação entre inovação e criatividade, tecnologia e arte, ciência e cultura.

São muitos os setores e pastas (cultura, desenvolvimento econômico, ciência e tecnologia, educação, trabalho, turismo, entre outros) que formulam políticas, mesmo que não o saibam, que impactam na economia criativa brasileira, o que provoca a fragmentação e a pulverização de programas, projetos e ações. A transversalidade da temática se por um lado se configura como uma oportunidade para a aproximação e integração destas pastas e setores dos governos, por outro acaba por se tornar uma ameaça para sua consolidação, pois o que é de todos pode não ser de ninguém.

Dentre os projetos e programas de economia criativa, implementados e desenvolvidos no âmbito dos estados e municípios brasileiros, alguns tornaram-se referência em virtude das suas experiências exitosas. No Quadro 2, a seguir, estão relacionadas algumas dessas iniciativas (públicas e privadas) que merecem ser conhecidas:

Quadro 2: Exemplos de programas e projetos de referência no campo criativo brasileiro

Cidade (Estado)	Projeto	Link
Rio de Janeiro (RJ)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Rio Criativo 2. Benfeitoria 3. Agências de Redes para a Juventude 	http://riocriativo.com https://beta.benfeitoria.com http://agenciarj.org

São Paulo (SP)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sampa Criativa 2. Arranjo Criativo Local 3. ProjectHub 	http://www.sampacriativa.org.br/ http://criativoslocais.com.br/ http://www.projecthub.com.br/
Cataguazes (MG)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Polo Audiovisual da Zona da Mata 	http://www.poloaudiovisual.org.br/
Florianópolis (SC)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Catarina Criativa 2. Sapiens Parque 	http://www.catarinacriativa.org.br/ http://www.sapiensparque.com.br/#index
Recife (PE)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Porto Mídia 2. Fab Lab Recife 	http://portomidia.org/ https://www.fablabs.io/fablabrecife
Belém (PA)	<ol style="list-style-type: none"> 1. São José Liberto – Joias e Artesanato do Pará 	http://www.saojoseliberto.com.br/gemas-e-joias

Considerações finais

Ainda que avanços e recuos ocorram no âmbito das políticas de economia criativa no Brasil, seus desafios permanecem e continuam instigantes. Precisamos de pesquisas, de indicadores e de metodologias que garantam a confiabilidade dos dados desta nova economia. Carecemos de novas linhas de crédito para fomentar os empreendimentos criativos brasileiros. Precisamos construir uma nova educação para as competências criativas, além de infraestrutura que garanta a criação/produção, difusão/circulação e fruição/consumo de bens e serviços criativos dentro e fora do país. Por último, há que se produzir marcos regulatórios, sobretudo, tributários, trabalhistas, previdenciários e civis, que permitam o desenvolvimento das dinâmicas econômicas dos setores culturais e criativos brasileiros.

Enfim, maior do que os desafios relativos ao desenvolvimento da economia criativa brasileira são os riscos de reduzirmos a economia criativa, em nosso país, ao domínio das indústrias culturais e, por conseguinte, ao mero pragmatismo neoliberal. A descontinuidade das políticas públicas para a economia criativa impacta negativamente o campo cultural brasileiro, fragilizando ainda mais o grande contingente de artistas, profissionais, pequenos empreendedores e gestores dos setores culturais e criativos, formais e informais, que movimentam a economia deste país e que fazem do Brasil um dos grandes “celeiros” da diversidade cultural do planeta.

Se tomarmos a arte como forma de vida, se resgatarmos na criatividade humana uma energia sem finalidade, talvez tenhamos aí um bom mote para qualificar a palavra “economia” como “criativa”, uma economia, diferentemente das “indústrias criativas”, voltada às dinâmicas de fusão entre o criar e o viver. Afinal, não seria também esse o sentido original da palavra economia?

Bibliografia

AUSTRÁLIA. *Creative nation: commonwealth cultural policy*, october 1994. Disponível em: <<http://apo.org.au/research/creative-nation-commonwealth-cultural-policy-october-1994>>. Acesso em: 20 nov 2015.

BRASIL. Ministério da Cultura. *Plano da Secretaria da Economia Criativa: políticas, diretrizes e ações (2011– 2014)*. Brasília: Ministério da Cultura, 2011.

FGV PROJETOS. *A cultura na economia brasileira*. The culture sector in brazillian economy. n. 23. Rio de Janeiro: FGV, 2015.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO DE JANEIRO – FIRJAN. *A cadeia da indústria criativa no Brasil*. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2008. Disponível em: <<http://www.firjan.org.br/data/pages/2C908CEC3286DF68013286FCB8CE2E1C.htm>>. Acesso em: set 2013.

FEDERAÇÃO DAS INDÚSTRIAS DO RIO DE JANEIRO – FIRJAN. *Mapeamento da indústria criativa no Brasil*. Rio de Janeiro: FIRJAN, 2014. Disponível em: <www.firjan.org.br/economicriativa>. Acesso em: 20 nov 2015.

FORTALEZA. Secretaria de Desenvolvimento Econômico – SDE. *Índice de concentração setorial de empresas por bairro*. Fortaleza: SDE, 2015. Disponível em: <<http://www.fortaleza.ce.gov.br/sde/indice-de-concentracao-setorial-de-empresas-por-bairro-ics-b>>. Acesso em: 20 novsetembro de 2015.

_____. Secretaria de Desenvolvimento Econômico – SDE e Associação de Estudos e Pesquisas – ACEP. *Projeto Agenda Estratégica para Fortaleza Criativa – 2015 a 2018*. Prefeitura de Fortaleza: Fortaleza, 2014.

FURTADO, Celso. *Criatividade e dependência na civilização industrial*. São Paulo: Paz e Terra, 1997 [1988].

HOWKINS, J. *The Creative Economy: how people make money from ideas*. Londres: Penguin Books, 2001. 264 p.

MIGUEZ, Paulo. *Repertório de fontes sobre Economia Criativa*. Salvador: Universidade Federal do Recôncavo da Bahia, 2007. Disponível em: <http://www.cult.ufba.br/arquivos/repertorio_economia_criativa.pdf>. Acesso em: 20 nov 2015.

ORGANIZAÇÃO DAS NAÇÕES UNIDAS PARA A EDUCAÇÃO, A CIÊNCIA E A CULTURA – UNESCO NO BRASIL. *Creative Economy Report 2013 – Special Edition: widening local development pathways*, 2013. Disponível em: <<http://academy.ssc.undp.org>>. Acesso em: 20 nov 2015.

SANDRONI, Paulo (Org.). *Novíssimo dicionário de Economia*. São Paulo: Editora Best Seller, 1999.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT – UNCTAD. *Creative Industries Report 2008*. Disponível em: <http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf>. Acesso em: 20 nov 2015.

_____. *Relatório de Economia Criativa 2010*. Disponível em: <<http://www2.cultura.gov.br/economiacriativa/relatorio-mundial-sobre-economia-criativa-em-portugues-ja-esta-disponivel-para-consulta-e-download/>>. Acesso em: set 2013.