



COLEÇÃO CULT

ENECULT 10 anos

Linda Rubim, Mariella Veira
& Delmira de Souza (Org.)



“Ter ou não ter o direito à criatividade, eis a questão”: reflexões sobre a economia

1. Sobre os papéis estratégicos da cultura e da criatividade no desenvolvimento brasileiro: o pioneirismo do pensamento de Celso Furtado.

Em 1984, o então ministro da cultura do Brasil, o economista Celso Furtado, em um encontro com os secretários da cultura dos estados brasileiros, afirmou: “Sou da opinião de que a reflexão sobre a cultura deve ser o ponto de partida para o debate sobre as opções do desenvolvimento” (D’AGUIAR, 2013). Furtado dialogou, ao longo de sua vida, com as Ciências Sociais, a Filosofia, as Artes e a Cultura, num esforço maior de compreender do que de explicar as armadilhas do capitalismo e de suas consequências para os países latino-americanos. Na base do seu pensamento sobre desenvolvimento percebemos a influência intelectual de Amartya Sen, seu colega em Cambridge, nos anos 50, especialmente, no que se refere à compreensão de desenvolvimento como ampliação das liberdades humanas.

No seu livro "Criatividade e Dependência na Civilização Industrial", Furtado (1988) afirma que a política cultural tem por finalidade liberar as forças criativas da sociedade . Liberdade de criar é, pois, da essência do conceito de desenvolvimento e insumo para a transformação social. Furtado vai ainda mais longe quando traz para o seu projeto de desenvolvimento a retomada da atividade artística enquanto "promessa de felicidade". Ressalta, ainda, a importância da construção de novas atividades políticas, de novas relações de gênero, inclusive de uma nova ecologia. É quase profético o pensamento de Furtado na sua advertência às consequências nefastas dos modelos de desenvolvimento do século 20: a concentração de renda e de riqueza, a sonegação dos direitos sociais, a precarização do mundo do trabalho e a subalternidade da inserção internacional.

Furtado lutou, ao longo do século 20, por um modelo desconcentrador onde a diversidade cultural pudesse ser tratada como um insumo estratégico para os países considerados subdesenvolvidos. Para ele, o desenvolvimento seria menos o resultado da acumulação material do que um processo de invenção de valores, comportamentos,

estilos de vida, em suma, de criatividade (1988). Adverte-nos, ainda, sobre o deslocamento da lógica dos fins (voltados ao bem-estar, à liberdade e à solidariedade) para a lógica dos meios (a serviço da acumulação capitalista). A lógica dos meios, observa, trará grandes impactos negativos às liberdades criativas, aos recursos naturais, enfim, à própria humanidade dos indivíduos.

É interessante também perceber em Furtado a influência do pensamento de Nietzsche, especialmente, quando reflete sobre a crise de valores em um mundo estruturado a partir de uma razão instrumental pragmática e utilitária. E, mais uma vez, toma as ideias de liberdade e criatividade como antídotos capazes de enfrentar a "fetichização" do homem. É também Furtado (1988) que nos vem dizer que a grande atividade criadora do homem é a política, pois é a ação política que deve rejeitar as formas de vida desumanas propostas pela civilização industrial, cuja grande característica é o apelo ao consumo. Furtado afirma que a luta pela redução das desigualdades conduziu apenas a formas mais diversificadas de consumo.

Na construção de um conceito é preciso priorizar escolhas, optar por visões de mundo, enfim, definir significados a partir do lugar em que nos encontramos. Se o conceito de indústrias criativas data de duas décadas, os significados das economias criativas como substratos de um desenvolvimento includente e sustentável, ainda carecem de aprofundamento e de operacionalidade. Se a economia criativa é uma economia baseada na abundância e não na escassez de recursos, pois seu insumo principal é a criatividade e o conhecimento humano, que são infinitos, ela figura como uma estratégia fundamental para os países onde a criatividade é mais importante do que o domínio da ciência e tecnologia. Ao mesmo tempo, a natureza colaborativa dessa economia favorece a ação coletiva entre pessoas, comunidades, instituições, coletivos, empresas, governos e redes. Enfim, a economia criativa oportuniza a “queima de etapas” nos processos produtivos, na medida em que reconcilia estratégias nacionais com processos internacionais globais.

A palavra criatividade traz no seu bojo inúmeros ruídos e as mais diversas e contraditórias representações. Afinal, as sociedades industriais são caracterizadas por

uma espécie de "frenesi" criativo, ao mesmo tempo em que nunca se falou tanto, como nos dias de hoje em inovação! Vale refletir sobre seus impactos no campo artístico e cultural! Ora, 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 essa o sentido original da palavra economia para os gregos?

2. Sobre a economia criativa como estratégia de desenvolvimento: Austrália, uma Nação Criativa.

Deve-se à Austrália o pioneirismo na formulação de políticas públicas para a criatividade, nos anos 1990. É nesse país onde o primeiro-ministro Paul Keating, em 1994, formatará a expressão *Creative Nation*, considerando a cultura e a criatividade australianas como estratégias de desenvolvimento. A Austrália vinha perdendo cineastas, músicos, artistas, atores, designers, chefes de cozinha, entre outros profissionais criativos, para ambientes mais receptivos ao desenvolvimento cultural, como Nova Iorque e Londres. De repente, os australianos foram perdendo o interesse em serem "australianos", sucumbindo aos apelos de um mundo global. Para Keating, esta mudança de atitude viria, no longo prazo, destruir a identidade australiana, e com isto afetar sua ação política e econômica, além de seu desenvolvimento e crescimento" (AUSTRÁLIA, 1994 apud RODRIGUES, 2013, p.41).

O governo de Keating previa que uma identidade cultural e artística, cada vez mais estimulada e afirmada, abriria espaço para novos empreendimentos e oportunidades, empregos e profissões. Além disso, incentivaria a maior parte de suas grandes mentes criadoras a permanecerem e trabalharem em seu país, em prol do desenvolvimento cultural. Por sua vez, o estabelecimento de uma forte economia cultural e identidade artística, no âmbito internacional, poderia promover um aumento do turismo australiano, assim como das vendas internacionais de produtos australianos. Para

Keating, estabelecer uma imagem ou identidade cultural australiana positiva equivaleria a usar esses recursos como uma ferramenta de política externa:

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

Desse modo, o Governo passou a promover a cultura e a arte australianas, a preservar seu patrimônio artístico, histórico e cultural, além de apoiar os artistas e profissionais dos setores culturais e criativos. Keating destacava que a política cultural que estava sendo criada era 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". (AUSTRALIA, 1994).

Em 2001, quando o inglês John Hawkins escreveu seu livro *The Creative Economy- How People Can Make Money From Ideas* ("Economia Criativa- Como as Pessoas Podem Ganhar Dinheiro a Partir de Ideias", tradução livre), certamente não imaginaria estar produzindo um *best seller*. Mas, Hawkins trouxe à baila uma reflexão sobre a qual ainda poucos haviam se debruçado e que, pouco a pouco, se banalizou nas discussões sobre desenvolvimento: a de que os bens e serviços produzidos pela imaginação ganhariam cada vez mais prestígio na sociedade do conhecimento do século 21.

Mas, o grande desafio da nova economia continua sendo a definição clara de seus limites conceituais. Em alguns países os setores tecnológicos foram retirados do espectro da economia criativa. Segundo o professor australiano da Universidade Tecnológica de Queensland (QUT), Stuart Cunningham, do ponto de vista da economia de negócios, a posição extraída do trabalho de John Howkins define como constitutivas da economia criativa apenas quatro áreas: indústrias baseadas no direito autoral, na patente, nas marcas registradas e no design. Países como Grã-Bretanha e Austrália

somente consideram como setores pertencentes à economia criativa, as indústrias baseadas na arte e na cultura, excluindo indústrias de patentes, e assim, perpetuando uma divisão entre arte e ciência.

3. O frenesi criativo nas sociedades do capitalismo estético: o crescimento concentrador das indústrias criativas e a crítica aos relatórios internacionais.

As discussões sobre as dinâmicas econômicas desses bens e serviços não tardaram, portanto, em chegar à Conferência das Nações Unidas para o Comércio e o Desenvolvimento (UNCTAD) que lança o primeiro Relatório Mundial sobre a Economia Criativa – *Creative Economy Report 2008*, num esforço de aprofundar o conceito e de compilar informações e dados sobre a economia dos bens simbólicos dentro de uma perspectiva mundial. As indústrias criativas compreenderiam um conjunto de atividades baseadas no conhecimento, que produzem bens tangíveis e intangíveis, intelectuais ou artísticos, com conteúdo criativo e valor econômico.

Este Relatório foi 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. Essa mensuração, contudo, é fruto da compilação de dados produzidos pelos diversos países, sem a presença de uma cesta de indicadores e de um tratamento estatístico comum, o que fragiliza os resultados aferidos.

Vale ainda ressaltar que, neste Relatório, as metodologias quantitativas, em sua grande parte, somente capturam ou mensuram a produção de riqueza das indústrias, ignorando a participação dos micro e pequenos empreendedores, assim como a informalidade em que estão mergulhadas milhões de pessoas em todo o planeta.

Apesar da crise financeira mundial ter provocado queda drástica no comércio internacional em 2008, entre 2002 e 2011 as exportações de bens e serviços criativos cresceram, anualmente, em torno de 12,1% nos países em desenvolvimento, chegando a

US\$ 227 bilhões em 2011 (UNCTAD, 2013), destacando-se como um dos setores mais dinâmicos do comércio internacional.

Contudo, alguns obstáculos ainda impedem sua expansão: a baixa disponibilidade de recursos financeiros para o financiamento de negócios, o investimento insatisfatório em capacitação dos agentes atuantes nas cadeias produtivas, além da pouca infraestrutura, especialmente, no que se refere à distribuição e difusão dos seus bens e serviços. Enfim, os países passam a investir nesses setores.

Ora, em um mundo onde a exportação de *commodities* perde gradativamente sua importância frente a exportação de bens e serviços de alto valor agregado, estudos e pesquisas constatam 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 criativos:

- 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 Valênciia, 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)
- 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 Européia; 2012 in LEITÃO, 2013).

Longe de construir uma narrativa laudatória sobre as indústrias criativas e seu crescimento no mundo, este artigo objetiva refletir sobre os impasses conceituais e ideológicos entre as “indústrias” e as “economias” criativas. Na minha hipótese, avançar nas diferenças e não nas afinidades entre as duas expressões é uma urgência e, sobretudo, uma tarefa acadêmica. Senão, vejamos.

Um importante paradoxo do novo século é certamente o papel dilemático das inovações tecnológicas no incremento da economia criativa. De um lado, o avanço tecnológico dá cada vez mais poder às indústrias do *copyright*, de outro, ele permite o acesso cada vez maior dos indivíduos à fruição e ao protagonismo cultural, gerando produtores independentes, prosumidores¹, novos empreendedores e empreendimentos no campo da cultura e da criatividade. Por outro lado, os Estados começam a conceber a cultura, não como um gasto, mas como um investimento, ou, ainda, como um recurso para atrair investimentos, gerar renda, embora sejam mantidos os privilégios e assimetrias entre povos e países.

Como se pode observar, e como bem adverte George Yúdice, a cultura é um recurso do sistema capitalista para manter a “lógica dos fins” (como assim a denominava Celso Furtado), em detrimento da “lógica dos meios”, isto é, as indústrias culturais reproduzem a lógica industrial da acumulação e da dependência, ao invés de produzirem redistribuição, colaboração ou solidariedade entre povos e nações. Esta observação funciona como uma espécie de “contra-ponto” à visão um tanto “ufanista” sobre a força econômica cada vez mais significativa das dinâmicas econômicas dos bens e serviços culturais e criativos em países desenvolvidos ou em desenvolvimento.

Por isso, nos países ricos, a temática das chamadas indústrias criativas vem sendo festejada e acolhida, exatamente, por ser percebida como uma etapa mais sofisticada do sistema capitalista. Desse modo, não é de se estranhar que nesses países, não se fale muito de economias criativas, mas, sim, de indústrias criativas, aquelas caracterizadas

¹ Prosumidores: o consumidor que produz conteúdo, ou seja, o produtor + consumidor. Ele é capaz de dividir suas experiências, pautar tendências e contribuir no processo de criação de produtos e serviços.

pelo valor agregado da cultura e da ciência e tecnologia na produção de seus bens e serviços, assim como pelo *copyright*, ou seja, pela proteção dos direitos do autor/criador. Essas indústrias vêm sendo valorizadas pela sua performance econômica, embora não venham demonstrando capacidade de produzir inclusão social.

Dados econômicos demonstram a natureza concentradora das indústrias criativas. Como nos países do Sul, a presença das indústrias criativas é pouco expressiva, os mesmos não aparecem nos relatórios das instituições internacionais apesar de sua grande diversidade cultural e do potencial de suas economias criativas.

País	PIB Criativo (R\$ Bilhões)	Participação no PIB (%)
Estados Unidos	1011	3,3
Reino Unido	286	5,8
França	191	3,4
Alemanha	181	2,5
Brasil*	110	2,7
Itália	102	2,3
Espanha	70	2,3
Holanda	46	2,7
Noruega	32	3,2
Bélgica	27	2,6
Suécia	26	2,4
Dinamarca	21	3,1
Austria	15	1,8
Grécia	6	1

Figura 1: PIB do núcleo criativo e participação no PIB, países selecionados - 2011

Fonte: FIRJAN; UNCTAD com base nos dados do PIB (2011) do Banco Mundial.

De 1980 a 1998, segundo a UNESCO, o volume de recursos no comércio internacional desses segmentos cresceu de US\$ 95,3 bilhões para US\$ 387,9 bilhões. Em 1996, os

produtos das indústrias criativas tornaram-se o maior produto da pauta de exportações dos EUA, ultrapassando todas as demais indústrias tradicionais: automobilística, agricultura, aeroespacial e de defesa. A seguir, verifica-se o ranking dos países exportadores de bens criativos de acordo com a sua participação no mercado mundial.

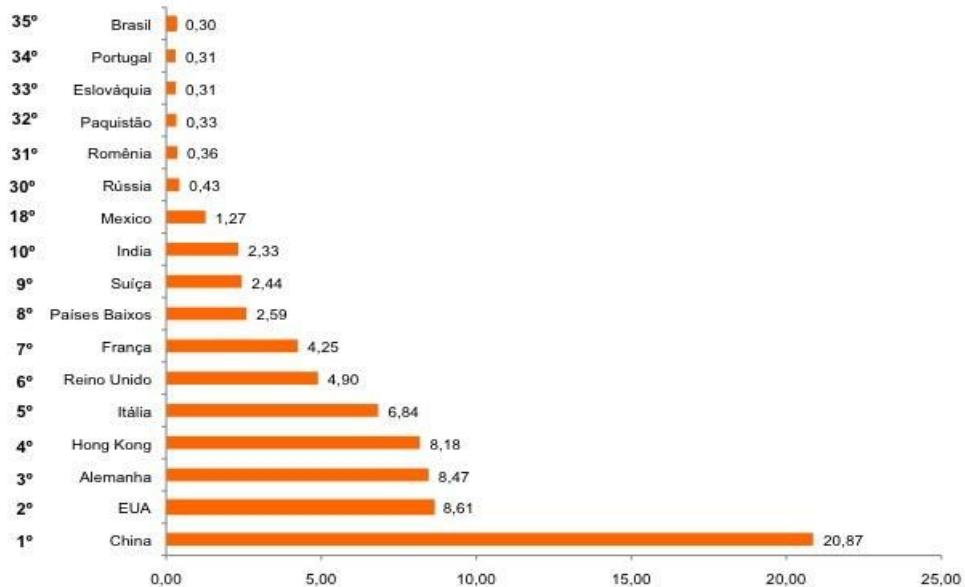


Figura 2: Ranking dos países exportadores de bens criativos – Participação de mercado em % (2008)

Fonte: UNCTAD (2010)

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

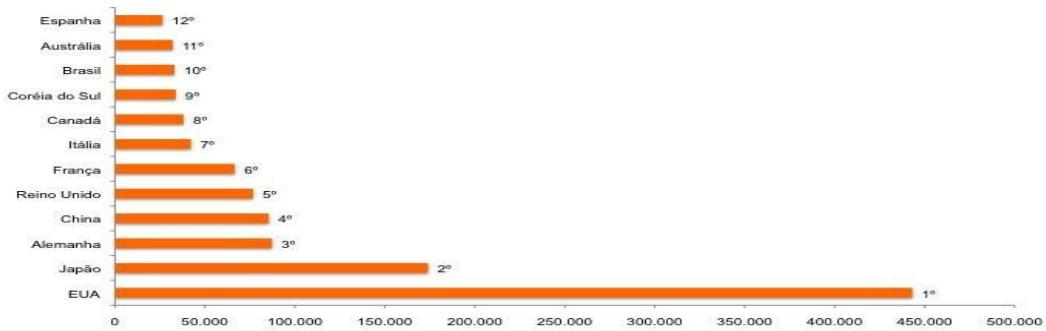


Figura 3: Ranking dos maiores mercados de entretenimento e mídia - 2010

Fonte: UNCTAD (2010)

Dentre os maiores mercados dos setores criativos, os de entretenimento e mídia tem se destacado, exatamente os setores afeitos às indústrias culturais e de comunicação. Nos Estados Unidos, por exemplo, esses mercados são considerados estratégicos e tem recebido elevados investimentos no decorrer das últimas décadas. Por isso, para esse país, o *copyright* tem especial importância, diferentemente dos países onde a produção de bens pode ser comunitária (especialmente a que se refere às culturas tradicionais, como é o caso do artesanato, ou mesmo da cultura digital, através do acesso aos softwares livres e às licenças *Creative Commons*).

Os dados trazem evidências, mas, sobretudo, são instigantes para os países que não aparecem ou que aparecem de forma insatisfatória nos relatórios internacionais sobre a economia criativa. Os setores criativos (áudio-visual, literatura, música, moda, design, arquitetura, entre outros) estão se tornando cada vez mais importantes na composição do Produto Interno Bruto (PIB) de alguns países, crescendo mesmo em situações de crise. É por essa razão que as indústrias criativas se tornaram eixo estratégico do desenvolvimento de países como a Austrália, China, Estados Unidos e Inglaterra. Mas, em que medida latino-americanos, caribenhos e africanos poderiam dividir com estes países a riqueza produzida por esta economia?

Em 2010, a UNCTAD busca ampliar seu escopo de pesquisa, das indústrias para as economias criativas. Com a segunda e a terceira edição do Relatório, o conceito de economia criativa, ainda em construção, começa a se ampliar. Pela ausência de indicadores, o Relatório se torna mais qualitativo, e se dedica a apresentar *cases* de sucesso em setores criativos nos diversos países. Enfim, os Relatórios, em suas três edições (2008, 2010 e 2013) trazem as seguintes afirmações (UNCTAD, 2010, p.10):

- *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 baseadas em conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e 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;*

Apesar do esforço de compilação de dados sobre a economia criativa mundial, realizados pela UNCTAD e pela UNESCO nos últimos anos, muitos países continuam “invisíveis” aos Relatórios, em função da inexistência de sistemas de informações, de metodologias, de indicadores capazes de trazer uma efetiva ampliação do conceito de economia criativa, que continua, ainda hoje, praticamente reduzido ao âmbito das indústrias. O resultado é que, malgrado a riqueza do patrimônio natural e cultural dos

países do Sul, os mesmos não conseguem estimular os setores culturais e criativos, a partir de políticas públicas que viabilizem suas dinâmicas econômicas.

A expansão das indústrias culturais e criativas não beneficia equitativamente a todos os países nem regiões. Ela gera desigualdades econômicas, contribuindo para a manutenção de desequilíbrios históricos no acesso à comunicação, à informação e ao entretenimento, provocando o declínio da diversidade cultural. Assim, a exportação dos produtos das indústrias culturais (músicas, telenovelas, filmes), que se dá através da indústria transnacional (escritores argentinos, colombianos e chilenos que publicam livros através de editoras de Madri ou Barcelona, de africanos que gravam CDs em Paris), é fruto da “desterritorialização” da cultura. Vale ainda ressaltar um dos maiores paradoxos do consumo cultural planetário: enquanto alguns produtos culturais vendem aos milhares e milhões, fecham-se teatros, cinemas, livrarias, bibliotecas e centros culturais em todos os continentes.

A América Latina, o Caribe e a África, por exemplo, não conseguem se converter numa economia mundial de escala, com capacidade exportadora. Ao mesmo tempo, a hegemonia das indústrias proprietárias de redes de telecomunicações, editoras ou dos canais de televisão nem sempre têm compromisso com processos educacionais, contribuindo para a alienação dos indivíduos e a ampliação do consumo de produtos culturais de baixa qualidade. Como se vê, as indústrias criativas somente reforçaram o abismo entre ricos e pobres, especialmente, entre os países dos hemisférios Norte e Sul.

4. A breve institucionalidade da economia criativa no Brasil e o legado da Secretaria Nacional da Economia Criativa

Vinte e cinco anos depois da gestão de Celso Furtado, à frente do Ministério da Cultura, institucionalizou-se no Governo Federal a Secretaria da Economia Criativa, para liderar políticas públicas voltadas a retomar, reavivar e resignificar as relações e as conexões entre cultura e desenvolvimento, com a missão de contribuir para transformar a criatividade brasileira em inovação e a inovação em riqueza.

Criada em 2012, no Ministério da Cultura, a Secretaria da Economia Criativa (SEC). À sua institucionalização, precedeu um debate importante sobre a diferenciação entre “indústrias” e “economias” criativas, na construção de um conceito includente e sustentável. Enquanto conceito, a economia criativa foi assim denominada no Brasil: 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”. (Plano da Secretaria da Economia Criativa/ Ministério da Cultura do Brasil, 2011).

Vale ressaltar que no conceito de economia criativa da SEC não estão definidas as características essenciais presentes no modelo anglo-saxão das chamadas “indústrias criativas”, especialmente, no que concerne à propriedade intelectual². Afinal, trata-se de problematizar o conceito anglo-saxão das “indústrias criativas” para se avançar em uma nova conceituação e em novos princípios para o desenvolvimento de uma economia criativa que assuma um papel estratégico nos Planos de Governo dos países do Sul.

Na perspectiva de um conteúdo próprio às economias criativas dos países do Sul, a criação da SEC constitui uma notícia alvissareira. A Secretaria nasce menos preocupada com uma conceituação fechada a respeito da economia criativa do que com os princípios que devem fundamentá-la. Sem eles, não será possível garantir a necessária redistribuição de renda, assim como promover a qualidade de vida, o acesso, o protagonismo e a cidadania aos brasileiros e brasileiras.

² O conceito de indústrias criativas no Relatório de Economia Criativa – 2010 da UNCTAD (2013): os ciclos de criação, produção e distribuição de produtos e serviços que utilizam criatividade e capital intelectual como insumos primários; constituem um conjunto de atividades baseadas em conhecimento, focadas, entre outros, nas artes, que potencialmente geram receitas de vendas e direitos de propriedade intelectual; constituem produtos tangíveis e serviços intelectuais ou artísticos intangíveis com conteúdo criativo, valor econômico e objetivos de mercado; posicionam-se no cruzamento entre os setores artísticos, de serviços e industriais; constituem um novo setor dinâmico no comércio mundial”.

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

Por outro lado, a Secretaria assume para si, desde a sua estruturação, em 2011, a liderança na formulação, implantação e monitoramento de políticas públicas estruturantes, para enfrentar os seguintes desafios:

PROBLEMAS	DESAFIO
<ul style="list-style-type: none"> ● Ausência de informações, dados e de análises produzidos e sistematizados. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Levantar, sistematizar e monitorar as informações e dados sobre a Economia Criativa para a formulação de políticas públicas.
<ul style="list-style-type: none"> ● 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. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Fomentar a sustentabilidade de empreendimentos criativos para fortalecer sua competitividade e a geração de emprego e renda.
<ul style="list-style-type: none"> ● Baixa oferta de formação em todos os níveis (técnico, profissionalizante e superior) para os setores criativos. 	<ul style="list-style-type: none"> ● Formar gestores e profissionais para os setores criativos com vistas a qualificar os empreendimentos, bens e serviços.

<ul style="list-style-type: none"> • Baixa institucionalidade da Economia Criativa nos Planos Municipais e Estaduais de Desenvolvimento, o que enfraquece a dinamização dos ciclos econômicos dos setores criativos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ampliar a institucionalização da Economia Criativa nos territórios visando ao desenvolvimento local e regional
<ul style="list-style-type: none"> • Ausência, insuficiência e desatualização de marcos legais e infralegais para o desenvolvimento dos setores criativos. 	<ul style="list-style-type: none"> • Criar e adequar marcos legais para o fortalecimento dos setores criativos.

Figura 4: Problemas X Desafios da Economia Criativa no Brasil

Fonte: SEC, 2011

Considero, como Celso Furtado considerava, que o acesso, a qualidade de vida e a ampliação de escolhas constituem pressupostos fundamentais ao desenvolvimento. Um desenvolvimento que deve ser desconcentrador, fundamentado na diversidade cultural brasileira, marcado pela inovação, enfim, um desenvolvimento onde o progresso tecnológico caminhe de forma harmônica com o acesso de seus produtos e serviços às camadas mais amplas da sociedade brasileira.

Os desafios continuam. Necessitamos 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, carecemos de marcos regulatórios, sobretudo de legislação tributária, trabalhista, previdenciária e civil, que permitam o desenvolvimento das dinâmicas econômicas dos setores culturais e criativos brasileiros.

Contudo, 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, à dimensão mercadológica dos seus bens ou, ainda, ao pragmatismo neoliberal. A formulação e a implantação de políticas, que o Ministério da Cultura, através da Secretaria da Economia Criativa, deve liderar, não podem nem devem se afastar do seu compromisso com o fortalecimento do campo cultural brasileiro, isto é, do fomento ao 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.

Cláudia Leitão

Professora e pesquisadora do Centro de Estudos Sociais Aplicados da Universidade Estadual do Ceará e consultora para economia criativa da OMC e UNCTAD

Bibliografia

ABDALA JUNIOR, Benjamin (Org.). **Margens da cultura:** mestiçagem, hibridismo & outras misturas. São Paulo, Boitempo, 2004.

ALVAREZ, Gabriel O. (Org.). **Indústrias culturais no MERCOSUL**. Brasília: Instituto Brasileiro de Relações Internacionais, 2003.

ANHEIER, Helmut; ISAR, Yudhishthir Raj (Orgs.). **The Cultural Economy**. London: British Library , 2007.

ARIZPE, Lourdes (Org.). **As dimensões culturais da transformação global: uma abordagem antropológica**. Brasília, Unesco, 2001.

BENHAMOU, Françoise. **A economia da cultura**. Cotia, SP: Ateliê Editorial, 2007.

BERTINI, Alfredo. **Economia da cultura: a indústria do entretenimento e o audiovisual no Brasil**. São Paulo: Editora Saraiva, 2008.

BHABHA, Homi K. **O local da cultura**. Belo Horizonte: UFMG, 2003.

BOISIER, Sérgio. Em busca do esquivo desenvolvimento regional. **Revista Planejamento e Políticas Públicas**, n.13. Brasília: IPEA, 1996.

_____. Post-Scriptum sobre desenvolvimento regional. **Revista de Planejamento e Políticas Públicas**, n.19. Brasília: IPEA, 1999.

_____. E se o desenvolvimento fosse uma emergência sistêmica? In: ROJAS, P. A. V. **Desenvolvimento endógeno: um novo paradigma para a gestão local e regional**. Fortaleza: IADH, 2004.

BOLAÑO César; BRITTOS, Valério Cruz; GOLIN, Cida (Orgs.). **Economia da arte e da cultura**. São Paulo: Itaú Cultural, 2010.

BOURDIEU, Pierre. **La distinction: critique sociale du jugement**. Paris: Lês editions de menuit, 1979.

_____. **A economia das trocas simbólicas**. São Paulo: Perspectiva, 2007.

_____. **Poder simbólico**. 12.ed. Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 2009.

BRASIL. Constituição (1988). **Constituição da República Federativa do Brasil**. Brasília, DF: Senado, 1988.

_____. Ministério da Cultura. **Plano da Secretaria da Economia Criativa: Políticas, Diretrizes e Ações (2011-2014)**, Brasília: Ministério da Cultura, 2011.

_____. Ministério da Cultura. **Cultura em números: anuário de estatísticas culturais 2009**. Brasília: Minc, 2009.

CANCLINI, Nestor Garcia. **Latinoamericanos buscando lugar en este siglo**. Buenos Aires: Paidós, 2002.

_____. et al. **Políticas culturais para o desenvolvimento:** uma base de dados para a cultura. Brasília: UNESCO Brasil, 2003

_____. Definiciones en transición. In: Mato, D. (Org.). **Cultura, política y sociedad. Perspectivas latinoamericanas.** Buenos Aires: CLACSO (Consejo Latinoamericano de Ciencias Sociales) 2005.

_____. **Consumidores e cidadãos:** conflitos multiculturais da globalização. Editora UFRJ, Rio de Janeiro, 2001.

_____. **A globalização imaginada.** São Paulo: Iluminuras, 2007.

CUNNINGHAM, Stuart. **In The Vernacular:** a Generation of Australian Culture and Controversy. St Lucia, Queensland: Queensland University Press, 2008.

DUPAS, Gilberto. **Economia global e exclusão social:** pobreza, emprego, estado e o futuro do capitalismo. São Paulo: Paz e Terra, 1999.

DURAND, José Carlos. Profissionalizar a administração da cultura. **Revista de Administração de Empresas**, São Paulo, v.36, n.2, abr./maio/jun. 1996.

_____. **Política e gestão cultural:** Brasil, EUA, Europa. São Paulo: Núcleo de Pesquisas e Publicações da EAESP/FGV. Relatório de Pesquisa n. 13, 2000.

EAGLETON, Terry. **A idéia de cultura.** São Paulo: UNESP, 2005.

FURTADO, Celso. **Pequena introdução ao desenvolvimento.** São Paulo: Ed. Nacional, 1980.

_____. **Cultura e desenvolvimento em época de crise.** Rio de Janeiro: Paz e Terra, 1984.

_____. **Introdução ao desenvolvimento:** enfoque histórico-estrutural. Rio de Janeiro: Paz e Terra, 2000.

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

FURTADO, Rosa Freire d'Aguiar (org). **Ensaios sobre cultura e o Ministério da Cultura.** Rio de Janeiro: Contraponto: Centro Internacional Celso Furtado, 2012.

_____. **Celso Furtado e a dimensão cultural do desenvolvimento.** Rio de Janeiro: E-papers: Centro Internacional Celso Furtado, 2013.

HARRISON, Lawrence & HUNTINGTON, Samuel. **A cultura importa:** os valores que definem o progresso humano. Rio de Janeiro: Record, 2002.

HARTLEY, John (Org.). **Creative Industries.** Blackwell Publishing Ltd. Victoria, 2005.

_____. **Communication, cultural and media studies: the key concepts.** Routledge Key Guides, Abingdon, Oxon, 2007.

HARVEY, Edwin R. **Derechos culturales en iberoamerica y el mundo.** Madrid: Tecnos, 1990.

HERMET, Guy. **Cultura e desenvolvimento.** Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

HOHKINS, John. *The Creative Economy- How People Can Make Money From Ideas*

LEITÃO, Cláudia Sousa. A gestão estratégica e os novos significados da cultura no novo século. In: LEITÃO, Cláudia (Org.). **Gestão cultural:** significados e dilemas na contemporaneidade. Fortaleza: Banco do Nordeste, 2003.

_____. **Cultura e municipalização.** Salvador: Secretaria de Cultura, Fundação Pedro Calmon, 2009.

_____. et al. (org) **I Conferência Internacional sobre Economia Criativa do Nordeste** (I ; 2010: Fortaleza): Anais- I Conferência Internacional sobre Economia Criativa do Nordeste/ I International Conference on Creative Economy in Northeast Region of Brazil, Fortaleza, Instituto Animacult, 2011.

LOPES, Carlos. **Cooperação e desenvolvimento humano:** a agenda emergente para o novo milênio. São Paulo: Editora UNESP, 2005.

MAFFESOLI, Michel. **Du Nomadisme:** vagabondages initiatiques. Paris: Librairie Générale Française, 1997.

MORIN, Edgard. **O problema epistemológico da complexidade.** Lisboa: Publicações Europa-América, Biblioteca Universitária, Portugal, 1984.

_____. **Ciência com consciência.** Rio de Janeiro: Bertrand Brasil, 1999a.

_____. **As grandes questões do nosso tempo.** Lisboa: Editorial Notícias, 1999b.

_____. **O desafio do século XXI:** religar os conhecimentos. Lisboa: Instituto Piaget, 2001.

_____. A necessidade do pensamento complexo. In: MENDES, Cândido (Org.) **Representação e complexidade.** Rio de Janeiro: Garamond, 2003.

_____. **Meu caminho** – entrevistas com Djenane Kareh Tager. São Paulo: Bertrand Brasil, 2010.

NUSSBAUMER. Gisele Marchiori. **O mercado da cultura em tempos (pós) modernos.** Santa Maria: Editora UFSM, 2000.

_____. (Org.). **Teorias & políticas da cultura: visões multidisciplinares.** Salvador, Edufba, 2007.

PRESTES FILHO, Luiz Carlos. Cultura e economia: a articulação necessária entre indústria e poder público. In: PRESTES FILHO, Luiz Carlos. **Economia da cultura: a força da indústria cultural no Rio de Janeiro.** Rio de Janeiro: E-papers, 2002.

REGOURD, Serge. **L'Exception Culturelle.** Paris: PUF, 2002.

RIVERO, Oswaldo de. **O mito do desenvolvimento:** os países inviáveis no século XXI. Petrópolis, RJ: Vozes, 2002.

ROJAS, Patrício Antônio Vergara (Coord.). **Desenvolvimento endógeno:** Um novo paradigma para a gestão local e regional. Fortaleza, IADH, 2004.

RUBIM, Antônio Albino Canelas; BAYARDO, Rubens (Orgs.). **Políticas culturais na Ibero-América.** Salvador: EDUFBA, 2008.

_____; BARBALHO, Alexandre (Orgs.). **Políticas culturais no Brasil.** Salvador: EDUFBA, 2008.

SAID, E. **Cultura e Imperialismo.** Rio de Janeiro: Cia das Letras, 1995.

_____. **Cultura e política.** São Paulo. São Paulo: Boitempo Editorial, 2007.

SANTOS, Milton. O mundo, o Brasil e a globalização: o horror não dura eternamente. **Rev. Rumos do Desenvolvimento**, Rio de Janeiro, n. 137, Jun/1997.

_____. **Por uma outra Globalização:** Do pensamento único à consciência universal. Rio de Janeiro: Record, 2000.

_____. **O País distorcido.** São Paulo: Publifolha, 2002.

SECCENKO, Nicolau. **A corrida para o século XXI:** no loop da montanha russa. São Paulo: Companhia das Letras, 2001.

SEN, Amartya. O desenvolvimento como expansão de capacidades. **Revista Lua Nova**, n. 28. São Paulo: CEDEC, 1993

_____. **Desenvolvimento como liberdade.** São Paulo: Companhia das Letras, 1999.

TOLILA, Paul. **Cultura e economia.** São Paulo: Editora Iluminuras/ Itaú Cultural, 2007.

UNESCO. Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura. **Nossa diversidade criativa:** Relatório da Comissão Mundial de Cultura e Desenvolvimento. Brasília: UNESCO, Ed. Papirus, 1997.

_____. **Déclaration Universelle sur la Diversité Culturelle.** Série Diversité Culturelle n.1, 2002.

_____. **Déclaration Universelle de l' Unesco sur la Diversité Culturelle,** Unesco, Série Diversité Culturelle,n.2, 2003.

UNITED NATIONS CONFERENCE ON TRADE AND DEVELOPMENT - UNCTAD. **Creative Industries Report 2013.** Disponível em: <http://www.unctad.org/en/docs/ditc20082cer_en.pdf>. Acesso em: maio. 2013.

UNCTAD. Conferência das Nações Unidas para o Comercio e o Desenvolvimento. Relatório Mundial sobre Economia Criativa. Brasília, 2010.

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: set. 2009.

VERGARA, Patrício. **Desenvolvimento endógeno:** um novo paradigma para a gestão local e regional. Fortaleza: IADH, 2004.

WACHOWICZ, Marcos; SANTOS, Manoel Joaquim Pereira dos. **Estudos de direito do autor:** a revisão da lei de direitos autorais. Florianópolis: Editora Boiteux, 2010.

YÚDICE, G. **A conveniência da cultura:** usos da cultura na era global. Belo Horizonte: UFMG, 2004.

